

A JÓ HÍRŰ VÉDJEGY MINT KIZÁRÓ OK A VÉDJEGYJOGBAN

1. BEVEZETÉS

A viszonylagos kizáró okok körében ki vannak zárva a védjegyoltalomból a már védjegyoltalom tárgyát képező megjelölések. Ezek egyik esetét alkotják a korábbi jó hírű védjegyek, amelyek kizáró hatása adott esetben túlnyúlik az árujegyzékükben megadott áruk, illetve szolgáltatások körén. A jelen dolgozatban a jó hírű védjegyekre vonatkozó előírásokat és joggyakorlatot kívánjuk tárgyalni. Az alkalmazott rövidítések jegyzéke a cikk végén található.

2. ELŐZMÉNYEK A KÜLFÖLDI ÉS A MAGYAR VÉDJEGYJOGBAN

A védjegy jog egyik klasszikus alapelve az oltalomnak az áruhoz, illetve szolgáltatáshoz való kötöttsége. A lajstromozási rendszerű védjegy jogokban a védjegyhez tartozó áruk és szolgáltatások az árujegyzékben vannak megadva. Ezen az alapon állt az első magyar védjegy törvény, a védjegyek oltalmáról szóló 1890. évi II. törvénycikk, amely szerint a védjegyoltalom csak a védjegylajstromban megadott árujegyzékkel kapcsolatos kizárólagos használatra terjedt ki, és a védjegy jogosult csak ebben a körben kérhette egy későbbi azonos vagy az összetéveszthetőség hasonló védjegy törlését.

Az árujelzők oltalmának XX. századi változásai során felmerült az igény, hogy egyes különösen ismert és híres védjegyek a klasszikus védjegyoltalomnál szélesebb körű oltalmat érdemelnek, és ezt nemcsak versenyjogilag, hanem a védjegy jogban is biztosítani kellene. Az ilyen védjegyek reputációját, imázsát a jogosult jelentős befektetéssel és munkával építi fel, azt a jognak védenie kell a tisztességtelen kihasználás és tönkretétel ellen.¹ Az amerikai egyesült államokbeli jogfejlődés a hírneves (*famous*) védjegyek felvizezés (*dilution*) elleni védelmét eredményezte, amelynek történeti fejlődéséről *Swann* adott részletes ismertetést.² Európában a jó hírű védjegyek (*trademarks having a reputation*) számára biztosított, a hagyományosnál szélesebb körű oltalom alakult ki [régi irányelv 4. cikk (3) bek. és 4. cikk

¹ Dr. Vida Sándor: A Nestlé védjegy imágóvizsgálata. Magyar Iparjogvédelmi Egyesület Közleményei, 1982, 23. sz., p. 143–171.

² *Jerre B. Swann*: The Evolution of Dilution in the United States from 1927 to 2013. The Trademark Reporter, 103. évf. 4. sz., 2013, p. 721–774.

(4) bek. a) pont]. A nemzetközi iparjogvédelmi egyezmények és egyes külföldi jogok által a közismert védjegyek számára biztosított oltalomról és az árujegyzéken túlnyúló védjegyetalalomról egy korábbi cikkünkben adtunk áttekintést.³

A védjegyekről szóló 1969. évi IX. törvény (a továbbiakban: 1969. évi Vt.) – áttörve a lajstromozáshoz és az árujegyzékhez kötöttség alapelvét – bevezette a közismert védjegyet, amely lajstromozásától függetlenül egy későbbi azonos vagy az összetéveszthetőségig hasonló megjelölést az árujegyzéktől függetlenül kizárt a védjegyetalomból [3. § (1) bek. d) pont]. Ez a közismert védjegy azonban félkarú óriás volt, a számára biztosított kizárólagos oltalmi kör gyakorlatilag nem volt nagyobb annál, mint ami közönséges lajstromozott védjegyként (1969. évi Vt. 7. §), illetve lajstromozatlan megjelölésként a szolgál utánzás tilalma alapján (1923. évi V. tc. 9. §; 1984. évi IV. tv. 4. §; 1990. évi LXXXVI. tv. 7. §; 1996. évi LVII. tv. 6. §) megillette volna.

A joggyakorlat szigorú követelményt állított a közismert védjeggyel szemben; annak belföldön a vásárlók széles körében huzamosabb idő óta általánosan ismertnek kellett lennie valamely konkrét termékkel kapcsolatban. Közismertnek minősültek a következő védjegyek: HERZ, PICK, CHLOROCID, ENTEROSEPTOL, TRABANT, DACIA, CARAVELLE, COCA-COLA, MERCEDES-CSILLAG, GAMMA, ARANYFÁCÁN, UNICUM, ABC, REEBOK, LEGO, WRIGLEY'S, DIOR. Közismertséget állapítottak meg az alábbi védjegyeknél is.

PELIKAN	OTH 2253/154/1978. Ismertette ⁴
PORSCHE	OTH 2253/1467/1980
ORION	LB Pkf.IV.20.941/1987/3
MOTTO	BH 1990/296
LEVI'S	Főv. Bír. 3.Pk.27.076/1991/8 ⁵
BARBIE	BH 1993/25
HILTON	BH 1994/478
MCLAREN	MSZH M9301117/1

Nem ismerték el a belföldi közismertségét a HARD ROCK CAFE nem lajstromozott megjelölésnek (BH 1994/477) és a JOHN PLAYER SPECIAL lajstromozott védjegynek (Főv. Bír. 3.Pk.20.882/1994/3). A vonatkozó joggyakorlatot *Millisits* ismertette.⁶

³ Dr. István Gödölle: Well-Known Trademarks and Trademarks Having a Reputation in the Hungarian Trademark Law. Proceedings of the Hungarian Group of AIPPI, 2000, 27. sz., p. 39–46.

⁴ Dr. V. Bacher, Dr. M. Bognár, Dr. A. Vida: Q 70 – Impact of Use on the Maintenance and Renewal of a Trademark Registration. Rapport au nom du Groupe hongrois. AIPPI Annuaire, 1979, 1. sz., p. 231–235.

⁵ Ismertette dr. Mikófalvi Gábor, Magyar Védjegy Egyesület, Események–Hírek–Közlemények, IV. évf. 3. sz., 1994, p. 6–7.

⁶ Dr. Millisits Endre: A közismert védjegyekkel kapcsolatos elméleti és gyakorlati problémák, nemzetközi kitekintéssel. Védjegyvilág, Különszám, 1996. szeptember, p. 1–5.

A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény (a továbbiakban: Vt.) – figyelemmel az európai közösségi védjegyjogi 89/104/EGK irányelv (a továbbiakban: régi irányelv) 4. cikk (4) bek. (a) pontjának és 5. cikk (2) bekezdésének fakultatív rendelkezéseire –újrászabályozta az ún. hírneves védjegyek oltalmát. Az addigi közismert védjegyet az árujegyzéken túlnyúló szélesebb körű oltalom tekintetében a „jó hírű” védjegy váltotta fel, amely nemcsak ilyen terjedelmű kizáró okot képez [Vt. 4. § (1) bek. c) pont], hanem a jogosultnak ennek megfelelő szélesebb oltalmi körű kizárólagos jogot [Vt. 12. § (2) bek. c) pont] is biztosít.

3. A JÓ HÍRŰ VÉDJEGY MINT KIZÁRÓ OK

A Vt. 4. § (1) bek. c) pontja szerint nem részesülhet védjegyoltalomban eltérő áruk, illetve szolgáltatások tekintetében a belföldön jó hírnevet élvező korábbi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló későbbi elsőbbségű megjelölés, ha annak alapos ok nélkül történő használata a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességét vagy hírnevét sértené vagy tisztességtelenül kihasználná.

A Vt. eme rendelkezésének eredeti szövegében nem szerepelt az „alapos ok nélkül történő” szövegrész,⁷ ezt a 2003. évi CII. tv. 6. § (1) bekezdése iktatta be 2004. május 1-jei hatállyal. Ugyanez a tv. iktatta be a Vt. 4. § (2) bekezdésébe az „– az (1) bekezdés a) és b) pontjának alkalmazásában –” szövegrészt, amely a korábbi védjegy fogalmát a Vt. 4. § (1) bek. c) pontjának alkalmazásában leszűkítette a lajstromozott védjegyekre. 2004. május 1-jétől az Európai Közösségben jó hírnevet élvező korábbi közösségi védjegyeket is figyelembe kell venni [Vt. 76/C. § (2) bek.].

Ezekkel a módosításokkal a Vt. rendelkezései összhangba kerültek a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló európai parlamenti és tanácsi 2008/95/EK irányelv (2008. október 22.) (kodifikált változat, a továbbiakban: irányelv) kötelező 4. cikk (3) bekezdésének és fakultatív 4. cikk (4) bek. (a) pontjának rendelkezéseivel.

A Vt. fenti módosítása előtti időszakban – amikor a jó hírű védjegy lehetett belföldön közismert nem lajstromozott megjelölés is – az MSZH elutasította a „Fradi” különleges írásmódú színes szómegjelölésre egy magánszemély által a 25., 28., 32. és 35. osztály tekintetében benyújtott védjegybejelentést, mivel annak használata tisztességtelenül kihasználta volna a Ferencvárosi Torna Club közismert és jó hírnevet szerzett, nem lajstromozott FRADI megjelölését (MSZH M9800527/4 FRADI/FRADI).

Egy 2004. február 2-án a PennyCar szómegjelölésre a 12., a 36. és a 39. osztály vonatkozásában bejelentett védjegybejelentés ügyében, amelyet a korábbi jó hírű PENNY MARKET védjegyhez való hasonlóság miatt elutasítottak, nem vették figyelembe a bejelentő alapos

⁷ Gödölle: i. m. (3), p. 48–53.

okkal történő használatra való hivatkozását, mivel azt csak a 2004. május 1-jétől hatályos rendelkezés tette lehetővé (FÍT 8.Pkf.25.956/2008/3 „PennyCar/PENNY MARKET”).

A jó hírű védjegyre mint kizáró okra is vonatkozik a Vt. 4. § (3) bekezdésének előírása, amely szerint a jó hírű védjegy csak akkor képez kizáró okot, ha használták a Vt. 18. §-a előírásainak megfelelően. A használatnak ama áruval, illetve szolgáltatással kapcsolatban kell megtörténnie, amellyel kapcsolatban a védjegy jó hírnevet élvez.

Ahhoz, hogy a jó hírű védjegy kizáró ok lehessen egy későbbi elsőbbségű megjelölés, illetve védjegy tekintetében, a Vt. hatályos rendelkezései szerint a következő konjunktív feltételeknek kell teljesülniük:

- a megjelölésnél korábbi lajstromozott védjegy,
- a védjegy jó hírű belföldön, közösségi védjegy esetén az Európai Unióban,
- a megjelölés és a jó hírű védjegy azonossága vagy hasonlósága,
- a megjelölés áruai, illetve szolgáltatásai eltérőek a jó hírű védjegy áruitól, illetve szolgáltatásaitól,
- a megjelölés használata a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességét vagy hírnevét sértené vagy tisztességtelenül kihasználná, és
- a megjelölés használatának nem lenne alapos oka.

A következőkben a fenti hat feltételt fogjuk szemügyre venni. Mivel az irányelv vonatkozó rendelkezése és ennek megfelelően a Vt. rendelkezése is számos olyan fogalmat tartalmaz, amelynek jelentése nincs meghatározva, különös jelentőségük van az EU Bírósága által a jó hírű védjegyek tárgyában hozott előzetes döntéseknek.⁸ *Vida* ismertette a német joggyakorlatot és az EU Bírósága döntéseinek arra való hatását.⁹ Példákkal szemléltetett részletes ismertetés található a jó hírű közösségi védjegyek ügyében követett joggyakorlatról a Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (BPHH, Office for Harmonisation in the Internal Market) Kézikönyvében.¹⁰

⁸ Ezeket ismertette *dr. Munkácsi Péter*: A közismert és jó hírű védjegyek az Európai Bíróság „General Motors Corporation v. Yplon SA („Chevy”) döntése ügyében. Iparjogvédelmi Szemle, a Szabadalmi Közlöny és Védjegyértéssítő melléklete, 105. évf. II. sz. 2000. április, p. 22–23; *dr. Vida Sándor*: Még egyszer a jó hírű védjegy oltalmáról. Az Európai Bíróság Davidoff c/a Gofkid-ítélete. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 2. (112.) évf. 1. sz., 2007. február, p. 55–65; *dr. Vida Sándor*: Egy jó hírű védjegy: TDK – az EK Törvényszékének ítélete. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 2. (112.) évf. 6. sz., 2007. december, p. 96–107; *dr. Vida Sándor*: Ismét a jó hírű védjegyről – az Európai Bíróság ítélete az INTEL-ügyben. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 4. (114.) évf. 3. sz., 2009. június, p. 75–95; *dr. Bacher Gusztáv*: Jóhírű védjegyek az Európai Bíróság gyakorlatában. Védjegyvilág, XXI. évf. 1. szám, 2011, p. 45–56.

⁹ *Dr. Vida Sándor*: A jó hírű védjegy oltalma Németországban. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, a Szabadalmi Közlöny és Védjegyértéssítő melléklete, 108. évf. 2. sz., 2003. április, p. 75–78.

¹⁰ OHIM Manual, Part C Opposition, Part 5 Trade Marks with Reputation, Article 8(5) CTMR.

3.1. A korábban lajstromozott védjegy

A hatályos Vt. szerint a jó hírű védjegynek lajstromozottnak kell lennie. Jó hírű védjegyként a belföldön közismert, de nem lajstromozott védjegy 2004. május 1. után nem vehető figyelembe, még akkor sem, ha közismertsége mellett jó hírű is lenne. A lajstromozott védjegy lehet magyar védjegy, Magyarországra vagy az Európai Közösségre kiterjedő oltalmú nemzetközi védjegy vagy közösségi védjegy. A korábbiság azt jelenti, hogy a jó hírű védjegy elsőbbségének legalább egy nappal meg kell előznie a bejelentett megjelölés, illetve a törölni kért védjegy elsőbbségi napját. A korábbi jó hírű védjegy – jóllehet ez nem derül ki a Vt. 4. §-ának szövegezéséből – csak akkor képezhet kizáró okot, ha az az elsőbbség napján még érvényben van.

3.2. A védjegy jó hírű

A Vt. nem tartalmaz definíciót a jó hírű védjegyre (az irányelvben angolul: *trade mark having a reputation*, németül: *bekannte Marke*, franciául *marque renommée*). A jó hírű védjegy és a közismert védjegy egymástól különböző fogalmak, és a Vt. azokat sem önmagukban, sem egymáshoz való viszonyukban nem határozza meg. Az irányelv sem tartalmaz ilyen definíciót. A Vt.-re vonatkozó törvényjavaslatához fűzött miniszteri indokolás szerint a „védjegyek közismertségének, illetve jóhírűségének fogalmi kritériumát és e fogalmak egymáshoz való viszonyát a joggyakorlatnak kell kialakítania, a kibontakozó nemzetközi jogegységesítés várható eredményeinek felhasználásával” (Miniszteri indokolás, részletes indokolás a 2–6. §-hoz).

Az EU Bíróságának értelmezése szerint egy védjegy akkor jó hírű, ha a védjegy árujegyzéke által meghatározott áruk, illetve szolgáltatások vonatkozásában érintett (releváns) fogyasztók jelentős része előtt ismert. Az ismertségnek az EU-tagállam legalább egy jelentős részében, azaz területén kell fennállnia, hogy a védjegy az adott tagállamban jó hírűnek minősüljön. Általában nem lehet meghatározni, hogy a releváns fogyasztók hány százalékának kell ismernie a védjegyet ahhoz, hogy az jó hírűnek minősüljön. A megállapításnál figyelembe kell venni az adott ügyben releváns összes körülményt, különösen a védjeggyel érintett piaci részesedést, a használat intenzitását (eladási, forgalmi adatok), földrajzi kiterjedését és időtartamát, a védjegy bevezetésére fordított hirdetési, reklámozási költségek nagyságát (EU Bírósága C-375/97 CHEVY, 23–28. bek.).

Figyelembe veendő a védjegy ismertségére vonatkozó felmérések, közvélemény-kutatások eredményei¹¹ (VIDA 1984), valamint a médiában való megjelenések. Adott esetben fi-

¹¹ Dr. Vida Sándor: Védjegy közismertségének bizonyítása az angol bíróság előtt: a LEGO per. Magyar Iparjogvédelmi Egyesület Közleményei, 25. évf. 2. sz., 1984, p. 56–77.

gyelemben vehetők a védjeggyel ellátott áruk, szolgáltatások által elnyert díjak, kitüntetések, illetve ezek nyilvánossága. Amennyiben a korábbi védjegynek védjegycsaládja van, melyet használtak is, ez is tényező lehet a jóhírűség megállapításánál.

Mivel az EU Bíróságának fenti CHEVY-döntése szerint a jó hírnevűség a védjegy megfelelő szintű ismertségétől függ, a „jó hírnevűség” és a „közismertség” egymást átlapoló rokon fogalmak (EU Bírósága C-375/97 CHEVY, 22. és 23. bek. és EU Bírósága C-328/06 FINCAS TARRAGONA/FINCAS TARRAGONA, FINQUES TARRAGONA, 17. bek.).

Az EU Bírósága eddig nem foglalt állást eme két fogalom közötti viszony tekintetében. A TRIPS-megállapodás 16. cikk (3) bekezdése a közismert (*well-known*) védjegyek oltalmát akkor rendeli alkalmazni eltérő árukra, illetve szolgáltatásokra, ha további feltételként a közismert védjegy lajstromozva van, és használata eme eltérő árukra, illetve szolgáltatásokra valamely kapcsolatot indikálna ezek és a védjegy jogosultja között, és ez a védjegy jogosultjának jogos érdekeit sértené. E szerint a rendelkezés szerint az ilyen jó hírű védjegyeknek legalább olyan ismertséggel kell rendelkezniük, mint az azonos vagy hasonló áruk tekintetében kizáró okot képező közismert védjegyeknek.¹²

A védjegy jó hírnevének fentiek szerinti megállapítása lényegében az ismertség mértéke alapján történik, ami mennyiségi jellegű kritérium, ezért a jó hírnev minőségi aspektusai a megállapításnál kevésbé játszanak szerepet. A minőségi jellemzők, azaz a jó hírnevű védjegyhez fűződő pozitív fogyasztói értékítélet (*goodwill*) azonban szerepet kap a kizáró ok egyéb feltételeinél.

A korábbi védjegy jóhírűségének értelemszerűen a későbbi megjelölés, illetve védjegy elsőbbségi időpontjában kell fennállnia. Olyan védjegy nem vehető jó híruként figyelembe, amely ugyan jó hírű volt a múltban, de jó híre időközben elenyészett, sem olyan, amely csak az elsőbbség időpontja után lett jó hírű. Ebből az is következik, hogy a jó hírnev megállapítása egy adott védjegynél elvben nem tekinthető olyan ítélt dolognak, amely mindaddig – esetleg évtizedekig – automatikusan érvényes, ameddig a védjegy oltalma fennáll (MSZH M0800613/11 BOSS/BOSS).

A korábbi magyar védjegynek vagy Magyarországra kiterjedő oltalmú nemzetközi védjegynek belföldön, azaz Magyarországon kell jó hírnevet élveznie. Pusztán a külföldi, adott esetben sok országra kiterjedő jó hírnev nem elegendő (FÍT 8.Pkf.26.694/2007/3 TIME-X/TIMEX).

Ha a korábbi védjegy közösségi védjegy, annak az Európai Közösségben kell jó hírnevet élveznie [Vt. 76/C. § (2) bek.]. Az Európai Közösségben való jóhírűséghez elegendő, ha a közösségi védjegy az EU legalább egy tagországában jó hírnevet élvez (EU Bírósága C-301/07 PAGO International GmbH v Tirolmilch registrierte Genossenschaft mbH). A

¹² Gödölle: i. m. (3). p. 42–43.

közösségi védjegy Európai Közösségen belüli jó hírnevéhez tehát elegendő, ha a védjegy Magyarországon jó hírű, de ez nem szükséges. Az is elégséges, ha a jó hírnév bármely másik EU-tagállamban, pl. Portugáliában fennáll.

AZ EU Bíróságának fentiekben ismertetett döntései szerint a védjegy jó hírű, ha az legalább egy EU-tagállam legalább valamely jelentős területén a releváns fogyasztók jelentős része előtt ismert. Ennek a feltételnek nemzeti védjegy esetén az adott tagállamban, közösségi védjegy esetén bármelyik EU-tagállamban kell fennállnia.

Figyelembe véve, hogy a jó hírű védjegyre vonatkozó rendelkezések eredeti célja az volt, hogy kivételes esetekben az árujegyzéken túlnyúló oltalmat biztosítsanak, ehhez képest az Európai Bíróság által felállított enyhe feltétel igen nagy számú jó hírű védjegyet eredményez. Feltehetően ez is közrejátszott abban, hogy az Európai Bíróság az alább tárgyalandó ADIDAS/FITNESSWORLD és INTEL/INTELMARK döntéssel egy további, az irányelvben nem található feltételt vezetett be, amely szerint nem minden hasonlóság esetén állhat fenn a jó hírű védjegy mint kizáró ok, hanem csak azoknál, amelyeknél a hasonlóság oly mértékű, hogy a releváns fogyasztók kapcsolatot (*link*) hoznak létre a megjelölés és a jó hírű védjegy között. Ezzel az amúgy is bonyolult jogszabályi tényállás még bonyolultabb lett.

A korábbi védjegy jó hírnevének mindazon áruk, illetve szolgáltatások tekintetében fenn kell állnia, amelyekre a jó hírű védjegynél hivatkoznak. Ha a jó hírnév csak egyes árukra, illetve szolgáltatásokra állapítható meg, azaz a védjegy csak részlegesen jó hírű, az árujegyzékben lévő többi áru, illetve szolgáltatás tekintetében a védjegy csak egyszerű korábbi védjegyként vehető figyelembe [Vt. 4. § (1) bek. *a*) és *b*) pont; Vt. 76/C. § (1) bek.] (FÍT 8.Pf.2-0.512/2008/3 AQUAFRESH 3 TOTAL CARE/COLGATE TOTAL).

A védjegy jóhírűségének megállapítása, illetve bizonyítása tekintetében utalunk alább a 4. pontban mondottakra.

3.3. A megjelölés és a jó hírű védjegy azonossága vagy hasonlósága

A korábbi jó hírű védjegy csak olyan megjelölés tekintetében képezhet kizáró okot, amely a jó hírű védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló. A jó hírű védjegyű védjegyjogilag különböző megjelölések ezen ok alapján nincsenek kizárva a védjegyoltalomból.

E tekintetben a rendelkezés összhangban van a Vt. 4. § (1) bek. *b*) pontjával, ahol szintén feltétel a megjelölés és a korábbi védjegy azonossága vagy hasonlósága. Figyelemmel arra, hogy a Vt. 4. § (1) bek. *a*) pontja a szigorúbb azonosságot írja elő, látható, hogy bármely korábbi védjegy kizáró okként való érvényesítésének feltétele – ami egyben az oltalmi kör [Vt. 12. § (2) bek.] korlátja is –, hogy legalább védjegyjogi hasonlóság legyen a megjelölés és a korábbi védjegy között. Ez egyébként a védjegyjog egyik klasszikus korlátja, amit tehát a hatályos Vt. nem lép át, szemben az árukra, illetve szolgáltatásokra vonatkozó hasonlósági korláttal, amit a jó hírű védjegyek esetében átlép.

A Vt. 4. § (4) bekezdésének a gondolati képzettársításra vonatkozó rendelkezése itt közvetlenül nem jön szóba, mivel ennél a kizáró oknál az összetéveszthetőség nem feltétel, helyette az alább tárgyalandó versenyjogi jellegű feltételek vannak.

Az EU Bírósága azt állapította meg egy előzetes döntésében, hogy a jó hírű védjegyre alapozott kizáró okhoz nem szükséges a hasonlóság olyan mértéke, amelynél már a releváns fogyasztók összetéveszthetik a megjelölést a védjeggyel, hanem elegendő oly mértékű hasonlóság, amelynél a releváns fogyasztók kapcsolatot (*link*) hoznak létre a megjelölés és a korábbi jó hírű védjegy között (EU Bírósága C-408/01 Adidas/Fitnessworld, 2003. október 23., 27–31. bek.). Ez a kapcsolat fennáll, ha a megjelölés a fogyasztó tudatában felidézi a jó hírű védjegyet, azaz a fogyasztó arra asszociál (EU Bírósága C-252/07 *intel*/INTELMARK, 2008. november 27.¹³ A jó hírű védjegyek oltalmánál ilyen értelemben van szerepe a gondolati képzettársításnak (asszociációnak).

Annak eldöntésénél, hogy ez a „kapcsolat” fennáll-e, az adott ügyben releváns összes körülményt figyelembe kell venni, de különösen a következő tényezőket (EU Bírósága C-252/07 *intel*/INTELMARK, 42. bek.):

- az ütköző megjelölés és védjegy közötti hasonlóság mértéke;
- az érintett áruk és szolgáltatások jellege és a vonatkozó fogyasztói körök közelsége, illetve távolsága egymástól;
- a korábbi védjegy jó hírnevének erőssége (*goodwill*);
- a korábbi védjegy saját vagy szerzett megkülönböztetőképességének mértéke;
- az összetéveszthetőség fennállása a fogyasztók részéről.

3.4. Az áruk, szolgáltatások eltérő jellege, illetve azonossága vagy hasonlósága

A Vt. szövege szerint – összhangban az irányelv 4. cikk (4) bek. (a) pontjával – ez a kizáró ok csak eltérő áruk, illetve szolgáltatások esetén alkalmazható. Az áruk és szolgáltatások védjegyjogilag akkor eltérőek, ha sem azonosság, sem hasonlóság nincs. Ha az áruk, illetve szolgáltatások azonosak vagy hasonlóak, a Vt. 4. § (1) bek. a) pontja szerinti abszolút kizáró ok, illetve b) pontja szerinti, az összetéveszthetőség fennállásához kötött kizáró ok jöhet szóba.

Az EU Bírósága azonban egy előzetes döntésében olyan *contra legem*, azaz a régi irányelv szövegével ellentétes értelmezést adott a régi irányelv fakultatív 4. cikk (4) bek. (a) pontjára és 5. cikk (2) bekezdésére, amely szerint az EU-tagállamok azokat nemcsak eltérő, hanem azonos és hasonló áruk, illetve szolgáltatások esetén is alkalmazhatják (EU Bírósága C-292/00 DAVIDOFF/DURFFEE, 2003. január 9.). Ezt a döntést az EU Bírósága egy további

¹³ *Vida*: Ismét a jó hírű védjegyről... i. m. (8).

előzetes döntésével akként erősítette meg és egészítette ki, hogy az EU-tagállamoknak, ha implementálni kívánják a fenti fakultatív rendelkezéseket, nemcsak lehetőségük van arra, hogy azt a fenti értelmezés szerint tegyék, hanem azt így is kell tenniük (EU Bírósága C-408/01 Adidas/Fitnessworld, 2003. október 23.).

Az EU Bírósága a fenti DAVIDOFF/DURFFEE döntését azzal indokolta, hogy a régi irányelv nem biztosíthat kevesebb oltalmat egy jó hírű védjegynek, ha egy későbbi megjelölést azonos vagy hasonló áruk tekintetében használnak, annál az oltalomnál, amely akkor illeti meg, ha a későbbi megjelölést eltérő árukra, illetve szolgáltatásokra használják, amely előbbi a jó hírű védjegy nyilván sérelmesebb az utóbbinál. Túlmenne a jelen cikk keretein e szokatlan döntés jogdogmatikai és az EK-szerződés 234. cikkének való megfelelés szempontjából való taglalása. Ezért csak arra utalunk, hogy a döntés a szakirodalomban élénk vitát váltott ki.¹⁴

Az angol védjegy törvényt 2004-ben módosították, hogy az összhangba kerüljön az EU Bíróságának fenti értelmező döntéseivel.¹⁵ Tudomásunk szerint a többi EU-tagállamban nem módosították a régi irányelv szövegével harmonizált vonatkozó védjegy jogi rendelkezéseket, és e tekintetben a régi irányelv vonatkozó cikkei sem lettek módosítva a 2008-ban történt „kodifikáció”-nak nevezett módosítás során, amely a jelenleg hatályos irányelvet eredményezte.

Az EU Bíróságának fenti jogértelmezése akkor biztosít szélesebb oltalmat egy jó hírű védjegynek, ha egy későbbi hasonló megjelölést kívánnak lajstromoztatni azonos vagy hasonló árukra, illetve szolgáltatásokra, és – figyelemmel a hasonlóságok mértékére – nem áll fenn az összetéveszthetőség, ezért a Vt. 4. § (1) bek. b) pontja nem alkalmazható. Figyelembe véve, hogy az összetéveszthetőség megítélésénél a korábbi védjegy jó hírneve a joggyakorlat szerint amúgy is az összetéveszthetőség veszélyét növelő tényező (EU Bírósága C-251/95 SABÈL/PUMA, 24. bek.; EU Bírósága C-39/97 CANON, 18. és 24. bek.), ez az eset gyakorlatilag ritkán fog előfordulni. Ha ilyen esetben a megjelölés és a jó hírű védjegy hasonlósága eléri azt az összetéveszthetőségnél kisebb mértéket, amelynél már létrejön az asszociációs kapcsolat (*link*), sor kerülhet a Vt. 4. § (1) bek. c) pontjának alkalmazására. Ehhez azonban teljesülnie kell a további versenyjogi jellegű feltételek legalább egyikének, továbbá az alapos ok nélküli használatnak, úgyhogy a gyakorlatban nagyon ritka lesz az olyan eset, amikor

¹⁴ *Christopher Morcom Q.C.*: Extending Protection for Marks Having a Reputation. What is the Effect of the Decision of the European Court of Justice in Davidoff v Gofkid? *European Intellectual Property Review*, 25. évf. 6. sz., 2003, p. 279–282; *J. Thomas McCarthy*: Dilution of a Trademark: European and United States Law Compared. *The Trademark Reporter*, 94. évf. 2004, p. 1163–1181; *Marianne Levin*: The wording is not always what it seems to be – On Confusion, Association and Dilution. 25th Anniversary of ECTA. “Past, Present and the Future”. *The Development of Trade Marks. European Communities Trade Mark Association*, 2005, p. 51–65; *Vida*: Még egyszer a jó hírű védjegy oltalmáról... i. m. (8).

¹⁵ *Alison Firth, Gary Lea, Peter Cornford*: *Trade Marks: Law and Practice*. Third Edition. Jordan Publishing House, Bristol, 2012, p. 116, 357, 362.

az azonos vagy hasonló áruk esetére a jogértelmezéssel elméletileg biztosított „szélesebb” oltalom tényleg érvényesülhet.

A joggyakorlat számára az EU Bíróságának fenti döntéseiből az következne, hogy hazánkban az Európai Unióhoz történt csatlakozása után, azaz 2004. május 1-jétől a Vt. 4. § (1) bek. *b*) és *c*) pontja a korábbi védjegy valamely adott áruja, illetve szolgáltatása tekintetében – ellentétben a Vt. szövegével – nem egymást fogalmilag kizáró okok.¹⁶

A joggyakorlatban a fenti értelmezés nem mindig tükröződik. Több olyan ügyben, amely 2004. május 1-je után indult, a bíróságok azt állapították meg, hogy ugyanazon tényállás mellett a Vt. 4. § (1) bek. *b*) és *c*) pontja szerinti kizáró okok párhuzamosan nem vizsgálhatók, mert azok az áru, illetve szolgáltatás tekintetében egymást kizáró törvényi tényállásokat – azonos vagy hasonló áruk, illetve szolgáltatások és eltérő áruk, illetve szolgáltatások – tartalmaznak (LB Pfv.IV.22.204/2009/5 THE BULLDOG ENERGY-DRINK/RED BULL; LB Pfv.IV.21.975/2009/6 MACCHOCOLATE/MCDONALD’S). Hasonlóképpen, azonos áruk esetében a bíróság álláspontja szerint nincs lehetőség a Vt. 4. § (1) bek. *c*) pontja szerinti kizáró ok figyelembevételére (FÍT 8.Pf.20.512/2008/3 AQUAFRESH 3 TOTAL CARE/COLGATE TOTAL; FÍT 8.Pkf.25.749/2009/13 E♥A SLIMS/EVE). Ezek a döntések jogdogmatikailag teljes mértékben megfelelnek a Vt. hatályos szövegének, de véleményünk szerint nincsenek összhangban az EU Bíróságának fentebb ismertetett *contra legem* értelmezésével.

3.5. A jó hírű védjegy tisztességtelen kihasználása vagy sérelme

Ez a feltétel vaglyagosságai miatt fogalmilag a következő négy esetet foglalja magában:

- a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességének tisztességtelen kihasználása;
- a jó hírű védjegy hírnevének tisztességtelen kihasználása;
- a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességének sérelme;
- a jó hírű védjegy hírnevének sérelme.

Ezek a vaglyagos feltételek azt fejezik ki, hogy a jó hírű védjegy – eltérően az 1969. évi Vt. közismert védjegyétől – nem önmagában jelent kizáró okot bármely áru és szolgáltatás tekintetében, hanem csak akkor, ha a későbbi megjelölés használata az adott áruk, illetve szolgáltatások tekintetében a jó hírű védjegyet valamilyen módon tényleg hátrányosan érintené, azaz jogosultjának sérelmet okozna. A Vt. 4. § (1) bek. *a*) és *b*) pontja szerinti esetben a védjegyjogosult sérelme a korábbi védjeggyel való összetéveszthetőség folytán áll be. A *c*)

¹⁶ *Vida: Még egyszer a jó hírű védjegy oltalmáról...*i. m. (8), p. 64–65.

pont szerinti esetben a korábbi jó hírű védjegy reputációjának tisztességtelen kihasználása, avagy a jó hírű védjegy felhígulása vagy degradálása jelenti a védjegyjogosult sérelmét.

Eme feltételek vizsgálatánál, amelyek közül bármelyik megvalósulása elegendő, az ügy összes körülményét figyelembe kell venni. Nem szükséges annak bizonyítása, hogy a tisztességtelen kihasználás vagy sérelem tényleg bekövetkezett – védjegybejelentés elleni felszólásnál ez a legtöbb esetben elvben sem lehetséges –, csupán azt kell bizonyítani, hogy a tisztességtelen kihasználás vagy sérelem bekövetkezésének fennáll a valószínű veszélye (EU Bírósága C-252/07 *intel/INTELMARK*, 28. és 38. bek.).

3.5.1. Tisztességtelen kihasználás

Az első két esetet, azaz a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességének, illetve hírnevének tisztességtelen kihasználását együtt szokták vizsgálni, mivel a kettő között gyakorlatilag nincs különbség (EU Bírósága C-252/07 *intel/INTELMARK*, 27. bek.). Ezt a tisztességtelen kihasználást potyautas-magatartásnak (*free-riding*), a jó hírű védjegy farvizén való hajózásnak (*riding on the coat-tails*) vagy élősködésnek (*parasitism*) is szokták nevezni. A jó hírű védjegyeket jogellenesen sértő megjelöléseknek a legtöbbször az ilyen kihasználás a céljuk.

A „tisztességtelen” kihasználás miatt ez a kritérium erkölcsi jellegű, hasonlóan a rosszhiszemű védjegybejelentéshez.¹⁷ Attól eltérően azonban itt nem feltétel a bejelentő dolózus tudattartalma. Bár egy jó hírű védjegy megkülönböztetőképességének, illetve jó hírnevének kihasználása a legtöbb esetben szándékos és nem jóhiszemű, a kihasználás tisztességtelen voltát objektív kritériumok szerint kell elbírálni, ugyanúgy mint a Tpv. szerinti bármely tisztességtelen piaci magatartást.

Az EU Bíróságának egy parfümök összehasonlító reklámjával kapcsolatos előzetes döntéshozatali eljárásban hozott ítélete szerint a jó hírű védjegy tisztességtelen kihasználásához nem szükséges, hogy összetéveszthetőség legyen, sem az, hogy a védjegy megkülönböztetőképessége vagy hírneve károsodjék. A kihasználásról az EU Bírósága a következőket állapította meg: „[A]mikor valamely harmadik fél a jó hírű védjegyhez hasonló megjelölés használatával megpróbál annak nyomdokába lépni, 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 megkülönböztető képességének vagy jó hírnevének

¹⁷ Dr. Gödölle István: Rosszhiszeműség a védjegyjogban. Magyar Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Egyesület Közleményei, 43. sz., 2002, p. 89–122.

tisztességtelen kihasználásának kell minősíteni” (EU Bírósága C-487/07 TRÉSOS, MIRACLE, ANAÏS-ANAÏS, NOA NOA, 49. bek.).

Az EU Bírósága szerint összehasonlító reklámnál a védjegyjogosult megtilthatja a védjeggyel azonos megjelölés harmadik fél általi használatát akkor is, ha e használat nem veszélyezteti a védjegynek az áruk vagy szolgáltatások származását jelző alapvető funkcióját, amennyiben az említett használat sérti vagy sértheti a védjegy valamely más funkcióját, különösen kommunikációs, befektetési vagy reklámfunkcióját (EU Bírósága C-487/07 TRÉSOS, MIRACLE, ANAÏS-ANAÏS, NOA NOA, 63. és 65. bek.).

Ennél az esetnél tehát a tisztességtelen kihasználás a jogosult által a jó hírű védjegyre fordított kiadások, befektetések eredményéből, a védjegyhez fűződő „goodwill”-ből való tisztességtelen részesedést jelenti. A kihasználás azáltal következik be, hogy a megjelölés tekintetében releváns fogyasztók a jó hírű védjegyre történő pozitív asszociáció miatt jobban veszik, fogyasztják a megjelöléssel ellátott árukat, illetve szolgáltatásokat.

A megjelölés használata ez esetben a megjelöléssel ellátott termék fogyasztóinak gazdasági magatartását befolyásolja, ezért eme fogyasztók gazdasági magatartásának megváltozását kell figyelembe venni a tisztességtelen kihasználás megítélésénél (EU Bírósága C-252/07 *intel*/INTELMARK, 36. bek.).

Minél erősebb a védjegy megkülönböztetőképessége és minél nagyobb a hírneve, annál valószínűbb, hogy a megjelölés használata tisztességtelenül kihasználja a megkülönböztetőképességet, illetve a hírnevet (EU Bírósága C-375/97 *CHEVY*, 30. bek.).

3.5.2. A jó hírű védjegy megkülönböztetőképességének sérelme

Ez az eset akkor áll fenn, ha a megjelölés használata folytán a korábbi jó hírű védjegy megkülönböztetőképessége csökkenne. Szokták ezt felhígulásnak (*dilution*), elhomályosulásnak (*blurring*) vagy felvizezésnek (*watering down*) is nevezni. Ha a jó hírű védjegy mellett a fogyasztókat arra emlékeztető más védjegyek is megjelennek a piacon, az csökkenti a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességét, ami végső soron odavezethet, hogy azt teljesen elveszti [Vt. 30. § (1) bek. e) pont].

Emellett a megjelölés más általi használata folytán adott esetben sérelem léphet fel a jó hírű védjegy egyedi, exkluzív jellegének gyengítése, illetve elvesztése miatt.

Ennél a sérelemnél a megjelölés használata a jó hírű védjeggyel ellátott termék fogyasztóinak gazdasági magatartását befolyásolja, ők veszik kevésbé vagy értékelik kevesebbre a jó hírű védjeggyel ellátott terméket, ezért eme fogyasztók gazdasági magatartásának megváltozását kell figyelembe venni a sérelem megítélésénél (EU Bírósága C-252/07 *intel*/INTELMARK, 35. és 77. bek.).

3.5.3. A jó hírű védjegy hírnevének sérelme

Ez akkor fordulhat elő, ha a megjelölést olyan áruval, illetve szolgáltatással kapcsolatban használnák, amely használat a jó hírű védjeggyel ellátott árura, illetve szolgáltatásra nézve dehonesztáló, pl. hitelhártya mellett óvszer, mint egy angol jogesetben, ahol elutasították a „VISA” szóra vonatkozó ilyen védjegybejelentést,¹⁸ vagy azt rossz színben tünteti fel, pl. pezsgő mellett patkányméreg, avagy annak luxusáru jellegét rontja, pl. exkluzív ékszerek mellett tömegcikk. Ezt a fajta sérelmet – a jó hírű védjegy imázsának negatív módon való befolyásolását – angolul „*tarnishment*”-nek szokták nevezni.

Mint az előző sérelemnél, a megjelölés használata itt is a jó hírű védjeggyel ellátott termék fogyasztóinak gazdasági magatartását befolyásolja, ezért ezt a fogyasztói kört kell figyelembe venni a sérelem megítélésénél (EU Bírósága C-252/07 *intel/INTELMARK*, 35. bek.).

3.6. A megjelölés használata alapos ok nélkül történne

Ennél a feltételnél azt kell vizsgálni, hogy ha a későbbi megjelölést használnák, akkor ennek a használatnak lenne-e valamilyen alapos oka. A feltételes módú „kihasználná” kifejezés azt jelzi, hogy – hasonlóan a Vt. 5. §-a szerinti viszonylagos kizáró okokhoz – a megjelölésnek az elsőbbségi időpontban történő hipotetikus használatáról van szó.

Ha van alapos ok, akkor a jó hírű védjegy alapján nem áll fenn a kizáró ok még akkor sem, ha az összes többi feltétel teljesül. A feltétel negatív megfogalmazásából adódik, hogy a megjelölés jogosultjának kell bizonyítania, hogy a megjelölés használatára van, illetve volt alapos oka (EU Bírósága C-252/07 *intel/INTELMARK*, 39. bek.). Ennek hiányában vélelmezni kell, hogy a használatnak nincs alapos oka.

Valamilyen megjelölés választásának sok esetben nincsen különösebb oka, és a védjegy jog általában nem is kívánja meg a bejelentőtől, hogy indokolja, miért éppen arra a megjelölésre kér védjegyoltalmat. A bejelentett megjelölésnek egy jó hírű védjeggyel való ütközése ilyen szempontból kivétel, itt a bejelentő mintegy „kimentheti” magát, ha meg tud jelölni alapos okot.

Hasonló a helyzet, mint egy olyan bejelentésnél vagy védjegynél, amelyet rosszhiszemű védjegybejelentés jogcímén támadnak, és a bejelentő, illetve jogosult azzal védekezik, hogy védjegybejelentése nem volt rosszhiszemű, mert arra alapos oka volt.

Az „alapos ok” (az irányelv angol szövegében *due cause*, német szövegében *rechtfertigender Grund*, francia szövegében *juste motif*) azt jelenti, hogy a megjelölés használatára a megjelölés bejelentőjének jogilag megalapozott, méltányolható oka, illetve indoka van. Az „alapos” jelző itt jogi szakkifejezés, hasonlóképpen, mint a „fellebbezés alapos” kifejezésben, ahol az nem azt jelenti, hogy a képviselő alaposan készítette el a fellebbezési beadványt, hanem azt, hogy amit kért és előadott, az jogilag helyesnek bizonyult.

¹⁸ *Firth, Lea, Cornford*: i. m. (15), p. 118–120.

Ha a jó hírű védjegy tisztességtelen kihasználásának vagy sérelmének valamelyik esete fennforog, de van alapos ok a használatra, a korábbi jó hírű védjegy mégsem képez kizáró okot. Ez azt jelenti, hogy ebben a valószínűleg ritkán előforduló esetben a jó hírű védjegy jogosultjának el kell viselnie a későbbi megjelölés jogszerű használata által esetlegesen okozott hátrányt.

Alapos ok lehet a megjelölés használatára, ha az a védjegyoltalom korlátai (Vt. 15. §) által kijelölt körbe eső vagy olyan használatot jelent, amelynek tekintetében a megjelölés jogosultja egy védjegybitorlási perben alperesi kifogással élhetne. Alapos ok lehet az is, ha a bejelentőt a megjelölés használatára valamely megállapodás feljogosította.

Az EU Bírósága egy előzetes döntéshozatali ügyben akként foglalt állást, hogy egy versenytárs által egy jó hírű védjegynek megfelelő kulcsszó (*keyword*) alapján az interneten alternatív áruk vagy szolgáltatások tekintetében közzétett hirdetés, ha az nem okozza a jó hírű védjegy felhígulását vagy degradálását, és nem érinti hátrányosan a védjegy funkcióit, a tisztességes verseny keretein belül lévő használatot képez, amely nem alapos ok nélküli történik (EU Bírósága C-323/09 Interflora/Marks & Spencer, 91. bek.).

Alapos lehet az ok, ha a megjelölés továbbfejlesztett, modernizált változata egy korábbi, a jó hírű védjegynél régebben használt vagy lajstromozott védjegynek. Az MSZH ideiglenes oltalommegtagadó határozatot adott ki egy „Mammut” szóelemet és „mamut” ábrát tartalmazó megjelölésre vonatkozó nemzetközi védjegy ügyében, amely hét áruosztályban volt lajstromozva. A határozatban a budapesti Mammut Bevásárlóközpontot üzemeltető cég „Mammut” szóra és ábrára vonatkozó jó hírű korábbi védjegyeit hívták fel a Vt. 4. § (1) bek. c) pontja alapján, amelyek a 28. osztály kivételével más áruosztályokban voltak lajstromozva. A nemzetközi védjegy svájci jogosultja beadványában előadta, hogy a „Mammut” szót és „mamut” ábrát termékeinek védjegyeként évtizedek óta használja, és az újabb védjegy a korábbi jól bevezetett védjegyek grafikai továbbfejlesztése, ami a tisztességes üzleti életben szokásos és elfogadott. Előadta továbbá, hogy korábbi védjegyeire Magyarországra is kiterjedő nemzetközi védjegyoltalmakkal rendelkezik, amelyek elsőbbségi időpontjában még híre-hamva sem volt a Mammut Bevásárlóközpontnak. Az MSZH ezt az – alapos okot megadó – érvelést elfogadta, kivéve a 28. osztály tekintetében, amely a bejelentő korábbi védjegyeinek árujegyzékében nem szerepelt, viszont a felhívott védjegyek árujegyzékében igen, és ezért az utóbbiak a Vt. 4. § (1) bek. b) pontja alapján kizáró okot képeztek (MSZH A697320/4 „MAMMUT/Mammut”).

Adott esetben a zavartalan, jóhiszemű, korábbi használat vagy annak kiterjesztése más árukra, illetve szolgáltatásokra (*brand extension*) szintén alapos okot képezhet. A kiterjesztés azonban ütközhet akadályba, mint pl. a fenti MAMMUT-jogesetben, ha időközben azokra az árukra, illetve szolgáltatásokra más védjegyoltalmat szerzett. Ha a MAMMUT-ügyben a 28. osztályban a felhívott védjegyek nem lettek volna lajstromozva, és arra nézve csak a jóhírűség miatt jelenthettek volna kizáró okot, elképzelhetőnek tartjuk, hogy az alapos ok miatt a mérleg nyelve a nemzetközi védjegy jogosultja javára billent volna a 28. osztályban

is, amelyben az általa foganatosított korlátozás után megmaradt „alpinista cikkek, hegymászó felszerelések” áruk szoros kapcsolatban voltak a korábbi védjegyeinek árujegyzékében szereplő kötél-, zsinagárukkal és alpinistafelszerelésekkel.

A BOSS szómegjelölésre többek között a 9. osztályba tartozó számítógépes programok, a 36. osztályba tartozó pénzügyi ügyletek és a 42. osztályba tartozó számítástechnikai szolgáltatások tekintetében bejelentett védjegybejelentés ellen felszólaltak a ruházati cikkek terén ismert és jó hírű korábbi BOSS és HUGO BOSS védjegy alapján. A bejelentő nyilatkozatában előadta, hogy a megjelölés használatára alapos oka van, mert a banki szoftverrendszerek hazai piaci szegmensében több mint 20 éve jelen van, a megjelölést – a Bank Operating Software System kezdőbetűi – azóta is használja, és a BOSS szóra ilyen árujegyzékkel már korábban rendelkezett védjegyoltalommal, amely megújítás hiányában megszűnt. Az MSZH alapos oknak tekintette az előadottakat, és nem látta bizonyítottnak az ellentartott védjegyek hírnevének tisztességtelen kihasználását, ennek folytán lajstromozta a megjelölést a bejelentő által a fentiekre korlátozott árujegyzékkel (MSZH M0800613/11 BOSS/BOSS). A határozat megváltoztatási kérelem hiányában jogerőre emelkedett.

Lajstromozták a KECSKEMÉTI KONZERVGYÁR RT. SINCE 1900 feliratú ábrás megjelölést, amely ellen észrevételt nyújtott be a KECSKEMÉTI feliratú színes ábrás védjegy és a KECSKEMÉTI feliratú ábrás védjegy jogosultja, többek között saját korábbi védjegyeinek jó hírnevére hivatkozva. Az eljárás során megállapításra került, hogy az észrevételező védjegyei jó hírűek. Ezt különös módon a bejelentő által csatolt piackutatási adatok igazolták, bár ő az ellentartott védjegyek jóhírűségét vitatta. Nem volt azonban megállapítható, hogy a bejelentett megjelölés használata alapos ok nélkül történt volna, mivel a megjelölés felirata a bejelentő – jogelődei révén több mint 100 évre visszamenő – saját cégnevét tüntette fel, és az sem, hogy milyen módon használná ki tisztességtelenül az észrevételező jóval később keletkezett védjegyeinek jó hírnevét (FÍT 8.Pkf.25.652/2009/5 KECSKEMÉTI/KECSKEMÉTI).

A MERCI szómegjelölésre a 16. osztályba tartozó papíripari termékek tekintetében benyújtott védjegybejelentés ellen felszólalt a 30. osztályba tartozó, édességekre lajstromozott MERCI védjegy jogosultja. Az eljárás során megállapításra került, hogy az ellentartott MERCI védjegy az Európai Unió vonatkozásában és Magyarországon jó hírű, de a bejelentőnek alapos oka volt a MERCI megjelölés használatára. A Kúria szerint „[a] használat akkor tekinthető alapos ok nélkülinek, ha annak nincs semmilyen előzménye”. Az adott ügyben a bejelentő 1994-től 2004-ig védjegyoltalmat élvezett a 16. osztály tekintetében a MERCI ábrás megjelölésre, javára 1999 óta védjegyoltalom alatt áll a MERCI szómegjelölés. Nem állapítható meg az sem, hogy a megjelölés használata a kérelmező jó hírű védjegyének megkülönböztetőképességét vagy hírnevét sértené, illetve tisztességtelenül kihasználná (Kúria Pfv. IV.21.491/2011/3 MERCI/MERCI).

4. A VÉDJEGY JÓHÍRŰSÉGÉNEK MEGÁLLAPÍTÁSA, ILLETVE BIZONYÍTÁSA

A Vt. a megjelölések, illetve védjegyek egyes jellemzőit kiemeli a többi közül, és azoknak jogi jelentőséget tulajdonít. Így pl. a megjelölés megkülönböztetőképessége a védjegyoltalom alapvető feltétele, de a megjelölés, illetve a védjegy esztétikai minőségének, szépségének nincs jogi relevanciája. A védjegy jóhírűsége olyan jellemző, melyhez a tárgyalt speciális oltalom kötve van, ezért a védjegyhatóságnak adott esetben meg kell állapítania, hogy az eljárásban szereplő védjegy jó hírű-e vagy sem.

Az SZTNH előtti eljárásban erre nézve a Vt. 40. §-ának rendelkezései, valamint a Vt. 38. §-a (1) bekezdésének a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) általános szabályainak alkalmazását előíró rendelkezése az irányadó. A jóhírűség fennállásának kérdése bejelentési eljárásokban, ha felszólaltak, és törlési eljárásokban szokott felmerülni. Az ilyen eljárásokban az SZTNH a tényeket a kérelem keretei között, az ügyfelek nyilatkozatai és állításai, valamint az ügyfél által igazolt adatok alapján vizsgálja [Vt. 40. § (2) bek.].

A bírósági eljárásban a Vt. 79. §-a folytán a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 163. és 164. §-ának rendelkezései vonatkoznak a jóhírűség bizonyítására. A védjegy jóhírűségét annak a félnek kell bizonyítania, akinek érdekében áll, hogy azt a hatóság valóban fogadja el. Ez általában a védjegy jogosultja.

Mindkét eljárásban lehetőség van arra, hogy a védjegyhatóság a köztudomású tényeket, valamint az általa hivatalosan ismert tényeket külön bizonyítás nélkül valóban fogadja el [Ket. 50. § (3) bek.; Pp. 163. § (3) bek.]. Mivel a védjegy jóhírűsége elsősorban a fogyasztók körében való ismertségen múlik, adott esetben a széles körű ismertség lehet olyan „köztudomású tény” (Ket.), illetve „köztudomásúnak ismert tény” (Pp.), amelyet a hatóság külön bizonyítás nélkül valóban fogadhat el.

Azokban az esetekben, amikor a jóhírűség nem állapítható meg köztudomású tényként, azt a védjegy jogosultjának kell bizonyítania a bizonyítás általános szabályai szerint. Ilyen eset lehet, amikor a jóhírűség valamely speciális fogyasztói réteg által érintett védjeggyel kapcsolatban merül fel, amely fogyasztói rétegben való jól ismertség nem képez köztudomású, azaz a társadalom széles köreiben ismert tény. A bizonyíték sokféle lehet, különösen a védjegy használatára, reklámozására vonatkozó adatok, hazai és nemzetközi ismertségre vonatkozó dokumentumok, nyilatkozatok, szakvélemények, közvélemény-kutatási eredmények.

Egy védjegybitorlási perben ideiglenes intézkedéssel eltiltották az alperest a SZIVARVANY. HU megjelölés használatától a 35. osztály tekintetében lajstromozott korábbi, SZIVÁRVÁNY feliratú ábrás védjegy alapján. Megállapították, hogy a védjegy az ismert áruház több évtizedes működése folytán a vásárlók körében közismert és jó hírű, és az alperes a megjelölés használatával a védjegy megkülönböztetőképességét jogsértően kihasználná. A bíróság

köztudomású ténynek tekintette, hogy a SZIVÁRVÁNY védjegy közismert és jó hírnevű (LB Pf.IV.25.414/2001).¹⁹

Törlési eljárásban megállapították a 14. osztályba tartozó órák és egyéb áruk tekintetében lajstromozott SEIKO védjegy jó hírnevét, és törölték egy magyar jogosult 16., 25. és 42. osztályban lajstromozott SEIKOSHA védjegyét. Az MSZH megállapította, hogy „a SEIKO védjegy a világ egyik legismertebb védjegye” és „[k]özismertsége Magyarországon is hosszú évtizedek óta fennáll” (MSZH M9301834/7). Egy másik ügyben egy olasz jogosult a törlési eljárás megindítása után lemondott a 7., 9. és 11. osztályban lajstromozott SEIKO SPECIAL szövedjegyének oltalmáról (MSZH M9302254/2). A két döntést egy korábbi cikkben ismertettük.²⁰

Egy további eljárásban egy másik olasz jogosult a 7. és a 9. osztályban lajstromozott SEIKO nemzetközi védjegyének magyarországi oltalmát tagadták meg a 14. osztályban lajstromozott, jó hírű SEIKO védjegy alapján (MSZH 535458).

A fentebb említett PENNYCAR/PENNY MARKET-ügyben a Fővárosi Ítéletábla a következőket fejtette ki: „Nem osztotta a másodfokú bíróság a kérelmezőnek az ellentartott védjegy jó hírnevét vitató álláspontját. A Vt. 79. §-a folytán alkalmazandó Pp. 163. §-ának (3) bekezdése alapján köztudomásúnak fogadható el az üzlethálózat elnevezéseként ismert PENNY MARKET védjegy jó hírneve és a védjeggyel nyújtott szolgáltatás közkeletvétsége.”

A ZIPPO speciális írásmódú szömegjelölésre vonatkozó nemzetközi védjegy ellen, amely a 7. és 8. osztályba tartozó emelőberendezések és kéziszerszámok tekintetében volt lajstromozva, a 34. osztályba tartozó, szélálló fém öngyújtókról ismert ZIPPO védjegy jogosultja nyújtott be észrevételt. Az MSZH megtagadta az oltalmat a jó hírűnek elfogadott ZIPPO védjegy alapján. A megváltoztatási kérelemre a Fővárosi Bíróság az MSZH határozatát megváltoztatta, és elrendelte a védjegy lajstromozását. Indokolásában megállapította, hogy a jóhírűségnek a magyarországi releváns piacon kell fennállnia, és ez nem került bizonyításra, továbbá az MSZH határozatában nem adta meg, hogy a jóhírűséget hivatalos tudomása vagy köztudomás alapján állapította-e meg. A Fővárosi Bíróság nem tartotta köztudomású ténynek a ZIPPO védjegy magyarországi jó hírnevét, azt az észrevételező sem bizonyította (Főv. Bír. 1.Pk.22.260/2008). A döntést *Vida* ismertette.²¹

¹⁹ Ismertette *dr. Mikófalvi Gábor*: Védjegyvilág, XI. évf. 3. sz., 2001, p. 23–27.

²⁰ *Gödölle*: i. m. (3), p. 54–57.

²¹ *Dr. Vida Sándor*: Az Európai Bíróság gyakorlatának hatása a magyar védjegyjogra. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 5. (115.) évf. 3. sz., 2010. június, p. 81–83.

5. A JÓ HÍRŰ VÉDJEJYEKRE VONATKOZÓ TOVÁBBI JOGESETEK

A következőkben a jó hírű védjegyre mint kizáró okra vonatkozó hazai joggyakorlatot fogjuk áttekinteni további jogesetek kapcsán.

A CALL IT OMNIA jelmondatra vonatkozó nemzetközi védjegy a 9., a 16. és a 38. osztályba tartozó áruk tekintetében volt lajstromozva. Az ellene indított törlési eljárásban megállapították, hogy a kérelmező OMNIA szóvédjegye és OMNIA feliratú színes ábrás védjegye, amelyek a 30. osztályba tartozó „kávé”, valamint a 39. osztályba tartozó „kávécsomagolás” és a 40. osztályba tartozó „kávépörkölés” tekintetében voltak lajstromozva, kávé tekintetében jó hírűek. A védjegyjogosult elismerte az OMNIA védjegy jóhírűségét, de tagadta, hogy saját megjelölése tisztességtelenül kihasználná vagy sértené azt. Az MSZH megállapította a jóhírűséget, a törlési kérelmet azonban elutasította, mivel a kérelmező nem bizonyította, és megállapítható sem volt, hogy a jelmondatnak teljesen eltérő, nem élelmiszerárak tekintetében történő használata a kérelmező védjegyeinek hírnevét sértené vagy tisztességtelenül kihasználná. A Fővárosi Bíróság a megváltoztatási kérelmet elutasította (Főv. Bír. 3.Pk.21.538/2001/9). A döntést egy korábbi cikkben ismertettük.²²

Egy védjegybitorlási ügyben megállapították, hogy a RED BULL közönségtől eltérő írásmódú szóvédjegy és az egymás felé ugró két bikát ábrázoló ábrás védjegy jó hírű és közismert energiákkal tekintetében, és ezt figyelembe véve ideiglenes intézkedéssel eltiltották az alperest a ROMBULL megjelölés energiáikra történő használatától (Főv. Bír. 1.P.27.116/2000/16-II. 2002. március 29.).

Ugyancsak energiákkal volt kapcsolatos a THE BULLDOG ENERGY-DRINK feliratú, bulldogot ábrázoló színes ábrás megjelölésre vonatkozó nemzetközi védjegy oltalomkiterjesztési ügye, ahol felszólaltak a korábbi RED BULL ENERGY DRINK feliratú színes ábrás védjegy, a BULL szóvédjegy és a „Bull” szóelemet tartalmazó más védjegyek alapján. A támadott védjegy és az ellentartott védjegyek a 32. osztályba tartozó italokra, többek között energiáikra voltak lajstromozva. Az eljárás során megállapításra került, hogy a RED BULL ENERGY DRINK feliratú ábrás védjegy jó hírű, de attól a támadott ábrás védjegy oly mértékben különbözik, hogy nem áll fenn az összetévesztés veszélye. Az ellentartott BULL védjegy tekintetében a bíróság a jó hírűvé nem látta bizonyítottnak, mivel az a „Red Bull” kifejezéshez kapcsolódik, és a BULL védjegyet önmagában a felszólaló nem is használta energiáikával kapcsolatban. A többi hivatkozott védjegytől a támadott védjegy ábrás megjelölése még messzebb volt. A Vt. 4. § (1) bek. c) pontja szerinti kizáró okot a bíróság nem vizsgálta, mivel az áruk azonosak, illetve hasonlóak voltak (LB Pfv.IV.22.204/2009/5).²³

²² Gödölle: i. m. (3), p. 55–57.

²³ A jogesetet ismertette ábrákkal dr. Mikófalvi Gábor: Védjegyvilág, XIX. évf. 2. sz., 2009, p. 33–41.

A DÖRMI szömegjelölést a 30. osztályba tartozó édesipari termékekre jelentették be. A bejelentés ellen felszólaltak a korábbi DÖRMÖGŐ DÖMÖTÖR színes ábrás védjegy és a DÖRMI színes ábrás védjegy alapján, melyek a 16., a 21., a 22., a 24., a 25. és a 26. osztály tekintetében voltak lajstromozva, és hivatkoztak mindkét védjegy jóhírűségére. Az MSZH a felszólalásnak helyt adott, megállapítva mindkét védjegy jóhírűségét az évtizedek óta folyamatosan megjelenő „Dörmögő Dömötör” c. gyermeklapon történt használat alapján.

A Fővárosi Bíróság megváltoztatási kérelem alapján úgy foglalt állást, hogy egyik védjegy jóhírűsége sem lett igazolva, ezért elrendelte a megjelölés lajstromozását. Fellebbezésre a Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság végzését érdemben helybenhagyta, de részben eltérő indokolással. A DÖRMÖGŐ DÖMÖTÖR ábrás védjegy jóhírűsége kérdésében az MSZH-val értett egyet, azt fennállónak találta a 16. osztályba tartozó újságtermék tekintetében. Kifejtette azonban, hogy „a DÖRMÖGŐ DÖMÖTÖR védjegy és a DÖRMI megjelölés között olyan fokú hasonlóságot nem látott megállapíthatónak, aminek alapján a releváns fogyasztói réteg esetleg összefüggést találhatna a két árujelző között.” Ezért a megjelölést nem tartotta hasonlónak a védjegyhez. Az ellentartott DÖRMI ábrás védjegy tekintetében pedig egyetértett a Fővárosi Bírósággal, hogy a jóhírűség nem nyert bizonyítást. Abból, hogy a „Dörmi” kifejezés a „Dörmögő Dömötör” c. újságban folyamatosan jelen volt, nem következik, hogy az utóbbi jó hírűvé kiterjedt a külön oldalon alá helyezett DÖRMI színes ábrás védjegyre (FÍT 8.Pkf.25.947/2010/9).

Egy bejelentési ügyben megállapították, hogy a felszólaló ZARA védjegye a 25. osztályba tartozó ruházati cikkekre jó hírű, s ennek folytán elutasították a 39. osztályba tartozó utazásszervezés és a 43. osztályba tartozó szállodai szolgáltatások tekintetében bejelentett ZARA HOTELS védjegybejelentést (MSZH M0503972/13.)²⁴ Egy ugyanazon felek közötti védjegybitorlási perben a bíróság eltiltotta az alperest attól, hogy cégnevében, valamint szállodai és egyéb kapcsolódó szolgáltatások körében a „zara” megjelölést használja. A bíróság nem fogadta el az alperes azon védekezését, hogy az alperes cég egyik tulajdonosának utóneve Zara, s azért választották a cégnév vezérszavául a „zara” szót, mivel a védjegybitorlás megállapítását önmagában nem zárja ki, hogy azt bejegyzett cégnévvel követik el, és a védjegyjogosulttal szemben csak természetes személy hivatkozhat saját nevére (Főv. Bír. 1.P.22.966/2008/15).

A jó hírű ZARA védjeggyel volt kapcsolatos egy másik védjegybejelentési ügy, ahol annak alapján szólaltak fel a ZALA SPRINGS RESORT szömegjelölésre vonatkozó védjegybejelentés ellen, amely a 18., a 20., a 21., a 22., a 24., a 25., a 28., a 33., a 41., a 43. és a 44. osztályban volt bejelentve. Az MSZH a felszólalást elutasítva a bejelentést lajstromozta, mivel álláspontja szerint a megjelölés nem volt hasonló a ZARA védjegyhez, elsősorban a releváns magyar

²⁴ *Vida: Ismét a jó hírű védjegyről...* i. m. (8), p. 94–95.

fogyasztók számára nyilvánvaló fogalmi eltérés miatt. A ZARA védjegyről a fogyasztó legfeljebb Zadar város régi magyar Zára nevére asszociál, a megjelölés első szava pedig földrajzi megjelölés, arról egy megye és egy folyó neve jut eszébe. Ez a fogalmi különbség és a „Zala” szóhoz járuló két további szó elegendő ahhoz, hogy a megjelölés ne legyen hasonló a ZARA védjegyhez. A Fővárosi Bíróság ezzel egyetértett, és a megváltoztatási kérelmet elutasította (Főv. Bír. 1.Pk.23.259/2008/4).

Védjegybejelentést nyújtottak be egy palackot ábrázoló színes térbeli megjelölésre a 32. osztályba tartozó sörök és alkoholmentes italok tekintetében, ahol a palackon az üvegen kiképzett függőleges irányú „BOSS” felirat volt. A bejelentés ellen felszólalt a BOSS és a HUGO BOSS védjegy jogosultja, amely védjegyeknél a felszólaló a 3., a 9., a 14., a 18. és a 25. osztályba tartozó árukra tudott használatot igazolni, és hivatkozott védjegyei jóhírűségére. A SZTNH a felszólaló által becsatolt bizonyítékok, köztük a Legfelsőbb Bíróság egy korábbi ügyben hozott Pfv.IV.21.810/2004/3 sz. végzése, amelyben megállapítást nyert, hogy a felszólaló BOSS és HUGO BOSS védjegye jó hírűvé vált Magyarországon, alapján elfogadta a felszólaló védjegyeinek jóhírűségét, és megállapította, hogy a bejelentés szerinti megjelölés használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a felszólaló jó hírű védjegyeinek megkülönböztetőképességét vagy jó hírűségét. Tekintve, hogy a felszólaló nem adott engedélyt a BOSS védjegy használatára, és a bejelentő még nyilatkozatot sem terjesztett elő arról, hogy alapos oka lett volna a megjelölés használatára, az SZTNH a védjegybejelentést elutasította. A határozat megváltoztatási kérelem hiányában jogerőre emelkedett (SZTNH M0902416/20, 2012. április 21.).

Az alábbi védjegybejelentési ügyekben elismerték a felszólaló által hivatkozott korábbi védjegy jóhírűségét, és a bejelentést elutasították.

PARFUM HUNGARIAN RHAPSODY NO 5 JUDITH MULLER CREATION ÁBR./NO 5	FÍT 8.Pkf.25.176/2008/3. ²⁵ Megjegyezzük, hogy a felszólaló NO 5 CHANEL PARIS védjegye 1951-től állt védjegyvoltalom alatt a 3. osztály tekintetében.
ILKA FITT ÁBR./MILKA MACCHOCOLATE/MCDONALD'S	FÍT 8.Pkf.25.460/2009/4 LB Pfv.IV.21.975/2009/6

A következő ügyekben nem ismerték el a hivatkozott védjegy magyarországi jóhírűségét, mivel a védjegyjogosult azt semmivel sem igazolta, s ezért a támadott megjelölést lajstromozták, illetve a TIME-X védjegy elleni törlési kérelmet elutasították.

²⁵ Ismertette *dr. Vida Sándor*: Az Európai Bíróság gyakorlatának hatása a magyar védjegyjogra. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 2. (112.) évf. 5. sz., 2007. október, p. 56.

Éden üdítő alma ízű ábr./ÉDEN TIME-X/TIMEX	Főv. Bír. 3.Pk.21.172/2006/4. ²⁶ FÍT 8.Pkf.26.694/2007/3
---	--

A 32. osztályba tartozó italok tekintetében lajstromozott V-POWER ENERGY DRINK ábrás megjelölésre vonatkozó védjegy ellen a bejelentés napja után közel hét évvel később nyújtottak be törlési kérelmet, amelyben a jó hírű, korábbi SHELL V-POWER és SHELL V-POWER RACING védjegyre hivatkoztak, amelyek a 4. osztályba tartozó „olajok, zsírok, kenőanyagok, üzemanyagok” árukra voltak lajstromozva. A hivatkozott védjegyek jóhírűségét elismerték, de a törlési kérelmet elutasították. A kérelmező a viszonylag hosszú párhuzamos használat mellett sem tudta bizonyítani, hogy a támadott megjelölés az ő védjegyeinek megkülönböztetőképességét vagy hírnevét sértette vagy tisztességtelenül kihasználta volna (FÍT 8.Pkf.25.189/2010/6).

6. EPILÓGUS

A jó hírű védjegyek oltalmánál elsősorban nem a védjegy klasszikus származásjelző funkciójának, hanem inkább minőségjelző és kommunikációs funkciójának sérelméről van szó. A jóhírűség éppen azt jelenti, hogy az ilyen védjegy a fogyasztók felé erősebben kommunikál valamely jól bevált jelleget, minőséget. A jó hírű védjegy speciális oltalmának jogpolitikai célja az, hogy védelmet adjon az ilyen minőségüzenetek tisztességtelen kisajátításával, illetve gyengítésével, lerombolásával szemben.

RÖVIDÍTÉSEK

BH	Bírósági Határozatok
EU Bírósága	az Európai Unió Bírósága (Court of Justice of the European Union)
EK-szerződés	Szerződés az Európai Közösség létrehozásáról (Római Szerződés)
FÍT	Fővárosi Ítéltábla
Főv. Bír.	Fővárosi Bíróság
irányelv	Az Európai Parlament és a Tanács 2008/95/EK irányelve (2008. október 22.) a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről (kodifikált változat)
Ket.	2004. évi CXL. törvény a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól
LB	Legfelsőbb Bíróság
MSZH	Magyar Szabadalmi Hivatal

²⁶ Ismertette *Vida*: Még egyszer a jó hírű védjegy oltalmáról... i. m. (8), p. 64.

OHIM	Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (Védjegyek és Formatervezési Minták), Office for Harmonization in the Internal Market, OHIM, BPHH
OTH	Országos Találmányi Hivatal
Pp. régi irányelv	1952. évi III. törvény a polgári perrendtartásról a Tanács 1988. december 21-i 89/104/EGK első irányelve a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről
SZTNH Tpkt.	Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról
TRIPS- megállapodás	Megállapodás a szellemi tulajdon kereskedelmi vonatkozásairól (a Marrakesh-i Egyezmény 1. C melléklete) (kihirdette az 1998. évi IX. törvény)
1969. évi Vt.	1969. évi IX. törvény a védjegyről
Vt.	1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról