

Dr. Vida Sándor*

VÉDJEJY VÉTLEN BITORLÁSA: MERCEDES

A védjegy használata gyakran internetes hirdetés útján (is) történik. A reklámozásnak ezt a korszerű eszközét persze nemcsak a védjegytulajdonosok, hanem a védjegyet az ő engedélyükkel használók is gyakran veszik igénybe.

Ha a védjegy használatára adott engedély megszűnik, akkor a védjegyhasználó köteles arra, hogy ne csak saját maga ne reklámozza tovább a védjegyet, de a weboldal üzemeltetőjénél is intézkedjék a védjegy használatára utaló reklámozás abbahagyásáról.

Mi történik azonban, ha a weboldal üzemeltetője az ilyen felhívásnak egyáltalán nem vagy csak késedelmesen tesz eleget?

Ez a kérdés foglalkoztatta a Fővárosi Törvényszéket, valamint annak megkeresése alapján az EU Bíróságát.

TÉNYÁLLÁS

A Daimler gépjárműgyártó jogosultja az alábbi nemzetközi ábrás védjegynek, amely Magyarországon is oltalom alatt áll, és amely főként gépjárműalkatrészekre terjed ki.

„Mercedes-Benz”

Az Együd Garage Magyarországon bejegyezett gazdasági társaság, amely gépjárművek és azok alkatrészei kiskereskedelmével, valamint gépjárművek javításával és szervizelésével foglalkozik. Ez a cég Daimler-termékek eladására és az ezekkel kapcsolatos szolgáltatásokra specializálódott.

A Daimler leányvállalata, a perben nem álló Mercedes-Benz Hungária Kft. és az Együd Garage között 2007-től vevőszolgálati szerződés állt fenn, amely 2012. március 31-i hatállyal megszűnt.

E szerződés értelmében az Együd Garage a fenti védjegy használata mellett jogosult volt magát hirdetéseiben „felhatalmazott Mercedes-Benz szervizként” feltüntetni.

A vevőszolgálati szerződés hatálya alatt az Együd Garage a www.telefonkonyv.hu weboldalon elérhető internetes hirdetőszolgáltatást nyújtó Magyar Telefonkönyvkiadó Társaságnál (a továbbiakban: MTT) olyan hirdetés közzétételét rendelte meg a 2011–2012-es időszakra, amely e céget felhatalmazott Mercedes-Benz szervizként jelöli meg.

* Jogtanácsos, Danubia Szabadalmi és Jogi Iroda Kft.

A vevőszolgálati szerződés megszűnését követően az Együd Garage törekedett megszüntetni a szóban forgó védjegy minden olyan használatát, amelynek alapján a fogyasztók tévesen azt feltételezhetik, hogy továbbra is szerződéses kapcsolatban áll a Daimlerrel, ezért kérte a hirdetés módosítását az MTT-től, nevezetesen, hogy az ezentúl ne tüntesse fel felhatalmazott Mercedes-Benz szervizként.

Ezenfelül az Együd Garage levélben kérte több más internetes hirdetőoldal üzemeltetőjétől a ő hozzájárulása nélkül, különösen a megrendelése nélkül közzétett, és őt „felhatalmazott Mercedes-Benz szerviz”-ként feltüntető hirdetések eltávolítását.

Az említett lépések ellenére a kifogásolt megjelölést tartalmazó hirdetések továbbra is elérhetőek voltak az interneten. Továbbá a Google keresőben az „együd” és a „garage” kulcsszóra rákattintva olyan hirdetéseket tartalmazó találati lista jelent meg, amelyen a szöveg első, hiperhivatkozást tartalmazó sora az Együd Garage-t „felhatalmazott Mercedes-Benz szervizként” tüntette fel.

E körülmények között nyújtott be a Daimler arra irányuló keresetet a kérdést előterjesztő Fővárosi Törvényszékhez, hogy az egyrészt állapítsa meg többek között azt, hogy az Együd Garage az említett hirdetésekkel bitorolta a MERCEDES-BENZ védjegyet, másrészt pedig kötelezze az Együd Garage-t a szóban forgó hirdetések eltávolítására, és tiltsa el a további jogsértéstől, valamint kötelezze országos és regionális napilapokban való elégtételadásra.

Az Együd Garage védekezésében hangsúlyozta, hogy a www.telefonkonyv.hu oldalon megjelentetett hirdetés kivételével más hirdetést nem tett közzé az interneten, továbbá a szóban forgó hirdetéseket akaratan kívül jelentették meg, illetve jelenítik meg a későbbiekben is, azok tartalmára, megjelentetésére, illetve törlésére nem volt ráhatása.

Ezzel összefüggésben az Együd Garage magánszakértő útján kívánta bizonyítani a perben, hogy azon elterjedt kereskedelmi gyakorlat áldozatául esett, amelynek lényege, hogy egyes internetes hirdetési szolgáltatások más hirdetőoldalakon közzétett hirdetések adatait a hirdető tudta és beleegyezése nélkül veszik át abból a célból, hogy saját, ingyenesen vagy ellenérték fejében elérhető információs adatbázist hozzanak létre.

E körülmények között a Fővárosi Törvényszék úgy határozott, hogy az eljárást felfüggeszti, és *előzetes döntéshozatal* céljából a következő kérdést terjeszti a Bíróság elé.

„Úgy kell-e értelmezni a védjegyrányelv¹ 5. cikke (1) bekezdésének *b*) pontját, hogy a védjegy jogosultja felléphet valamely internetes hirdetésben megnevezett [másik] személlyel szemben, akinek a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos szolgáltatására vonatkozóan olyan módon jelenik meg a védjeggyel összetéveszhető megjelölés e hirdetésben, hogy az a téves benyomás alakulhat ki a fogyasztókban, hogy hivatalos kereskedelmi kapcsolat áll fenn e személy vállalkozása és a védjegyjogosult között, akkor is, ha e hirdetést nem az abban feltüntetett személy és nem is az ő megbízásából helyezték el az interneten, vagy az említett hirdetés annak ellenére érhető el az interneten,

¹ 89/104 EU irányelv, legutóbbi újrakodifikálás: EU 2015/2424 rendelet (HL 2015.12.24, p.21).

hogyan az abban megnevezett személy a tőle elvárható módon intézkedett az említett hirdetésnek az eltávolítása végett, de ez nem vezetett eredményre?”

A MAGYAR KORMÁNY ÁLLÁSPONTJA (KIVONAT)

A Fővárosi Törvényszék által előzetes döntéshozatali eljárás keretében feltett kérdés megválaszolásához – ahogy arra maga az előterjesztő bíróság is rámutat – kulcsfontosságú a védjegyjárványelv 5. cikke (1) bekezdésének „gazdasági tevékenység körében *használ*” fordulatának értelmezése. A helyes értelmezés megtalálása érdekében a Fővárosi Törvényszék az előterjesztő végzés indokolásában a „használ” kifejezéssel kapcsolatban két lehetséges értelmezési módot vázol fel. Az első változat szerint a szavak általánosan elfogadott jelentése alapján az adott kifejezést úgy kell értelmezni, hogy az a bitorlónak állított személy, és nem pedig egy másik személy aktusa. Tehát olyan eseményről van szó, amelynek indító oka a bitorlónak állított személy cselekvése, továbbá amelynek megkezdése, folytatása és befejezése felett e személy közvetlen hatalommal bír. A második felvázolt esetkör a „használ” szót ezzel szemben tágabban értelmezi, és azzal azonosítja a bitorlónak állított személy közvetlen érdekelttségét a bitorló cselekmény megvalósulásában. E megközelítés lényege, hogy a védjegy használata a bitorlónak állított személy gazdasági tevékenységének azonosítása, megkülönböztetése és annak jellemzőjéről való tájékoztatás érdekében valósult meg.

Az első értelmezés szerint nem lehet fellépni a bitorlónak állított személlyel szemben az összetéveszhető megjelölést tartalmazó internetes hirdetés alapján, amennyiben azt nem ő helyezte el, és nem is az ő megbízásából jelent meg, vagy ha minden tőle elvárható módon intézkedett annak eltávolítása végett. A második értelmezési változat alapján azonban a védjegy jogosultja eredményes lehet az internetes hirdetésben feltüntetett személlyel szemben történő jogérvényesítés során.

A helyes értelmezés érdekében először is a szavak általános jelentéséből kell kiindulni, tehát azt kell megvizsgálni, hogy a köznyelvben a konkrét kifejezés milyen jelentéstartalommal bír. Ez a megközelítés összhangban van az EU Bírósága vonatkozó esetjogával is, amelynek értelmében egyéb értelmezési lehetőség hiányában a szóban forgó kifejezés jelentésének meghatározása érdekében az általános nyelvhasználatban elfogadott szokásos jelentést kell alapul venni, figyelembe véve azon szövegkörnyezetet, amelyben e kifejezést használják, és azon szabályozás célkitűzéseit, amelynek e kifejezés részét képezi. Ezen értelmezés alapján a „használ” szónak két fő jelentése lehet. Egyrészt a „valaki használ valamit” kifejezés értelme lehet az, hogy egy személy céljainak elérése érdekében, igénybe vesz egy eszközt, dolgot. A másik lehetséges jelentés a „valakinek használ valami” szókapcsolat alapján pedig az, hogy valaki előnyére fordít egy dolgot, az számára hasznot hajt. Mindebből az következik, hogy bár a „használ” kifejezésnek valóban van egy „hasznot hajt” jelentése is a mindennapokban, ez esetben az adott személy, akinek az oldalán az előnyök mutatkoznak,

részes esetben jelenik meg a szókapcsolatban. Ezzel szemben az aktív cselekvést feltételező jelentés esetén a „használ” ige alanya maga az illető személy.

Utalni kell a kifejezésnek a védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdésében található szöveggörnyezetére is, mely szerint „... a jogosult *bármivel szemben* felléphet, *aki* engedélye nélkül gazdasági tevékenysége körében *használ*” a korábbi védjeggyel összetéveszthető megjelölést.

Mindezekből az a következtetés adódik, hogy a Fővárosi Törvényszék által felvázolt első értelmezés a helyes, vagyis nem lehet a vonatkozó rendelkezésekben a „használ” kifejezést a valakinek a javára „hasznot hajt” jelentéstartalommal megtölteni. Ezt támasztja alá a – védjegyirányelv 5. cikk (3) bekezdés *d*) pontját átültető – Vt. 12. §-ának (3) bekezdése is, amely példálózó felsorolást ad azon cselekményekről, amelyek a megjelölés jogtalan használatát megvalósíthatják, ezek között az *e*) pontban az üzleti levelezésben, reklámozásban megvalósuló *használat* is megjelenik.

Végül emlékeztetni kell arra is, hogy az EU Bírósága állandó ítélezési gyakorlata szerint valamely uniós jogi rendelkezés értelmezése során nem elegendő egyetlen nyelvi változat figyelembevételével, mivel az uniós rendelkezéseket egységesen kell értelmezni és alkalmazni az Európai Unió valamennyi nyelvén készült változat figyelembevételével. Az állandó ítélezési gyakorlat szerint egy uniós rendelkezés valamely nyelvi változatának a megfogalmazása nem szolgálhat e rendelkezés értelmezésének kizárólagos alapjául, illetve e tekintetben nem élvezhet elsőbbséget más nyelvi változatokkal szemben.

Az ilyen megközelítés ugyanis összeegyeztethetetlen lenne az uniós jog egységes alkalmazásának a követelményével.

A védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdésének többnyelvű szövegét megvizsgálva megállapítható, hogy a „használ” kifejezés aktív cselekvésre utal, az ilyen jelentéstartalommal bír: „... The proprietor shall be entitled to prevent all third parties not having his consent from *using* in the course of trade; ... Le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, *de faire usage* dans la vie des affaires; ... Dieses Recht gestattet es dem Inhaber, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr ... ein Zeichen *zu benutzen*; ... Dit recht staat de houder toe, iedere derde die niet zijn toestemming hiertoe heeft verkregen *het gebruik* van een teken in het economische verkeer te verbieden”.

Mindebből következően a Fővárosi Törvényszék által feltett első részkérdésre azt a választ kell adni, hogy nem lehet a hirdetésben feltüntetett személlyel szemben fellépni, ha az adott hirdetés nem az ő megbízásából jelent meg, illetve azt nem is az ő megbízásából helyezték el az interneten.

Ami pedig a kérdés második felét illeti, vagyis hogy a korábbi védjegy jogosultja a bitorlónak állított személy passzív magatartása, mulasztása esetén felléphet-e vele szemben az őt megnevező jogsértő hirdetések alapján, a következőket kell megjegyezni.

Abban az esetben, amikor észleli a hirdetésben megnevezett személy, hogy a valóságnak nem megfelelő tartalmú reklámok jelennek meg vele összefüggésben, az általánosan elvárható magatartás körébe tartozik, hogy a fogyasztók felé adott esetben téves információt

közvetítő szöveg módosítását kezdeményezze, még akkor is, amennyiben az nem az ő megbízásából jelent meg. Amennyiben azonban ez a cselekménye nem vezet eredményre, a továbbiakban nem róható fel a hirdetésében feltüntetett személynek, hogy a jogsértő tartalom elérhető. Ez ugyanis azzal a veszéllyel járna, hogy a „használ” kifejezés kiterjesztő „hasznot hajt” értelmezése nyerne teret, ami a felelősségi kört indokolatlanul kibővítené.

Amennyiben a bitorlónak állított személy sem aktív cselekvésével, sem mulasztásával nem járult hozzá a jogsértő hirdetés megjelenéséhez, illetve elérhetőségéhez, méltánytalan és egyúttal életszerűtlen volna őt felelősségre vonni. Ha ugyanis a bitorlónak állított személy minden tőle elvárható intézkedést megtett a jogsértés megszüntetése érdekében, azonban szándéka és cselekedetei ellenére nem sikerült a kifogásolt tartalom eltávolítását elérnie, nem sok eséllyel lehetne arra számítani, hogy egy esetleges bitorlás megállapításakor a jogsértés abbahagyására kötelezés jobb eredményre vezetne. A hirdetésben feltüntetett személy felelősségre vonása ezért nem csupán méltánytalan lenne, de a cél, azaz a jogsértő állapot megszüntetésének elérésére alkalmatlan eszköz is volna.

A jelen ügyben ezért sokkal inkább az a kérdés vetődik fel, hogy amennyiben a hirdetésben feltüntetett személy felelősségre vonása nem lehetséges, vajon milyen jogszabályhely alapján és milyen hivatkozással tud a védjegy jogosultja a jogsértő hirdetést megjelentető vagy megrendelő személlyel szemben közvetlenül fellépni.

A korábbi védjegy jogosultjának – a védjegyoltalom rendeltetéséből fakadó és a védjegyirányelvvel összhangban álló – méltányolható érdeke ugyanis az, hogy a korábbi védjegye alapján bárminemű jogosulatlanul minősülő használatot megakadályozzon. Ezért kérdéses, hogy a védjegyirányelv 11. cikkével összhangban – a Vt. 27. §-ának (4) bekezdése alapján – a korábbi védjegy jogosultja a jogsértő hirdetést az interneten elhelyező személlyel mint szolgáltatóval szemben közvetlenül érvényesítheti-e az igényeit abban az esetben is, ha a hirdetésben megnevezett személy bitorlása éppen azért nem állapítható meg, mert a kifogásolt tartalom a hirdetésben feltüntetett személy hozzájárulása nélkül jelenik meg, továbbá tiltakozása ellenére továbbra is elérhető maradt.

Erre a kérdésre azt a választ lehet adni, hogy ha a hirdetésben megnevezett személy nem vette igénybe a reklámot közzétevő vállalkozás szolgáltatását, akkor a védjegyirányelv 11. cikke, valamint a Vt. 27. §-ának (4) bekezdése alapján a korábbi védjegy jogosultja a hirdetést kéretlenül közzétevő személlyel mint szolgáltatóval szemben léphet fel, és vele szemben támaszthatja a bitorlás esetén felmerülő igényeket. Ha ugyanis ez a lehetőség nem állna nyitva a számára, akkor a védjegyjogosult – a hirdetésben feltüntetett személy jogsértő magatartásának hiányában – elesne az uniós jog által is megkövetelt jogérvényesítés lehetőségétől az ilyen jellegű bitorlás esetében.

Következtetések

A védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdése b) pontját úgy kell értelmezni, hogy a bitorlónak állított személlyel szemben nem léphet fel a korábbi védjegy jogosultja olyan internetes hirdetés alapján, amely nem az előbbi személy aktív cselekvése vagy megbízása folytán jelent meg, és amennyiben ez a személy bizonyítja, hogy minden tőle elvárható módon intézkedett a jogsértő hirdetés eltávolítása végett.

ÍTÉLET²

Az EU Bírósága – a főtanácsnok meghallgatását követően – 2015. március 3-án hozott előzetes döntést. Az ügyben előterjesztést nyújtott be a magyar kormány, a lengyel kormány és az EU Bizottsága.

Az EU Bírósága az indoklást a következőképpen vezeti be:

Előzetesen rá kell mutatni, hogy az alapjogvita abból ered, hogy még azután is, hogy a Mercedes-Benz Hungária és az Együd Garage közötti vevőszolgálati szerződés megszűnt, amely többek között lehetővé tette ez utóbbi számára a MERCEDES-BENZ védjegynek, valamint a „felhatalmazott Mercedes-Benz szerviz” megjelölésnek a saját reklámanyagaiban való használatát, az e megjelölést az Együd Garage nevével és címével kapcsolatban tartalmazó hirdetések továbbra is megjelentek az interneten. E szerződés 2012. március 31-én szűnt meg....

Továbbá, habár a kérdés a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének *b)* pontjára³ irányul, és e rendelkezés azon esetre terjed ki, amikor a kérdéses megjelölések és/vagy azok az áruk vagy szolgáltatások, amelyek tekintetében azokat használták, mindössze hasonlók egymáshoz, első ránézésre – amint arra az EU Bizottsága hivatkozik – úgy tűnik, hogy az alapügy inkább az 5. cikk (1) bekezdésének *a)* pontjában⁴ szereplő eset, nevezetesen a „kettős azonosság” esete alá tartozik, amelyben a védjeggyel azonos megjelölés más személy általi használatára a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal és szolgáltatásokkal azonos áruk és szolgáltatások tekintetében került sor (ítélet, 20. pont).

² C-179/15 ügyszám.

³ A szöveg:

A védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít. A kizárólagos jogok alapján a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ... olyan megjelölést, amelyet a fogyasztók a védjeggyel összetéveszthetnek a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a védjeggyhez.

⁴ A szöveg:

A védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít. A kizárólagos jogok alapján a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ ... a védjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal.

Ugyanis egyrészt bizonyos, hogy a „felhatalmazott Mercedes-Benz szerviz” megjelölést tartalmazó hirdetésekben a Mercedes-Benz ábrás védjeggyel lényegében azonos megjelölés szerepelt (ítélet, 21. pont).

Másrészt az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés megfogalmazása azt tűnik sugallni, hogy a kérdést előterjesztő bíróság azon feltételezésből indult ki, hogy az Együd Garage által kínált áruk és szolgáltatások megegyeznek az e védjegy árujegyzékében szereplő árukkal és szolgáltatásokkal. Az EU Bírósága ítélezési gyakorlatából ezzel kapcsolatban az következik, hogy amennyiben a hirdetésekben valamely, gépjárműre vonatkozó védjegy használatára a fogyasztók arról való tájékoztatása érdekében kerül sor, hogy valamely más személy e védjeggyel rendelkező eredeti gépjárművek javításával és szervizelésével foglalkozik, e védjegyhasználatot főszabály szerint az említett 5. cikk (1) bekezdésének *a*) pontja alapján kell vizsgálni még akkor is, ha az említett védjegyet e szolgáltatás tekintetében nem lajstromozták (lásd ebben az értelemben: BMW-ítélet, C-63/97, 33., 34. és 37–39. pont⁵ – jelen ítélet, 22. pont).

Azonban – mivel az előzetes döntéshozatal iránti kérelemből kiderül, hogy a kérdést előterjesztő bíróság a védjegyirányelv 5. cikkének (1) bekezdésében szereplő „használ” fogalommal kapcsolatban kér felvilágosítást, amely fogalom különbségtétel nélkül vonatkozik az említett (1) bekezdés *a*) és *b*) pontjában foglalt esetekre – a hasznos válasz megadásához voltaképpen nem kell meghatározni, hogy e két eset közül melyik alkalmazandó a jelen helyzetben (ítélet, 23. pont).

Következésképpen úgy kell tekinteni, hogy a kérdést előterjesztő bíróság kérdése lényegében arra irányul, hogy a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének *a*) és *b*) pontját úgy kell-e értelmezni, hogy a valamely weboldalon közzétett, azon hirdetésben feltüntetett más

⁵ A szöveg:

A feltett kérdés olyan esetet tart szem előtt, amelyben a BMW védjegyet abból a célból használják, hogy tájékoztassák a közönséget, hogy a hirdetést közzétevő vállalat BMW gépkocsik javítására és karbantartására szakosodott, vagy – mint szakszerviz – az ilyen gépkocsik eladását és karbantartását végzi (33. pont).

Ebben a helyzetben, legalábbis első megközelítésben – amint azt Nagy-Britannia kormánya is megjegyezte – a feltett kérdés a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdés *a*) pontjának hatálya alá esik, minthogy a BMW védjegyet ténylegesen BMW-termékek megjelölésére használják (34. pont).

A második érv, nevezetesen, hogy a hirdetés a BMW-termékek javítására és karbantartására irányul, s így a védjegyet olyan termékek és szolgáltatások megjelölésére használják, amelyekre azt bejegyezték. Ezért a védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdés *a*) pontja vagy a (2) bekezdés alkalmazandó (37. pont).

Tény, hogy a védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdése és (2) bekezdése egyrésztől átfedi az irányelv 5 cikk (5) bekezdését, másrészt alkalmazása attól függ, hogy a védjegy használata abból a célból történik-e, hogy az áruknak vagy szolgáltatásoknak meghatározott vállalattól származását jelezze, más szóval, hogy a védjegyként történő használat milyen céllal történik. Olyan esetben, amikor az alapperbeli tényállás, a jogkérdés olyan használattal kapcsolatos, amikor a hirdetés közzétevője ugyanazt a védjegyet a szóban forgó áruk és szolgáltatások megkülönböztetésére kívánja használni (38. pont).

Az alperes a BMW védjegy használatával a szolgáltatásának alapját képező áruk eredetét határozza meg az azonos szolgáltatásoktól való megkülönböztetés érdekében. Ugyanilyen elbírálás alá esnek a BMW járművek javításával és karbantartásával kapcsolatos hirdetések is. A védjegy ebben az esetben is azoknak az áruknak az eredetét jelzi, amelyek a szolgáltatás tárgyai (39. pont).

személy, amely hirdetés valamely védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést oly módon tartalmaz, hogy az azt a benyomást kelti, hogy kereskedelmi kapcsolat áll fenn e személy és a védjegyjogosult között, használja e megjelölést, amellyel szemben az említett védjegy jogosultja e rendelkezés alapján még akkor is felléphetne, ha e hirdetést nem e másik személy tette közzé, vagy nem az ő megbízásából tették közzé, vagy pedig e személy a tőle elvárható módon intézkedett az említett hirdetés eltávolítása végett, de ez nem vezetett eredményre (ítélet, 24. pont).

A magyar és a lengyel kormány, valamint a Bizottság megítélése szerint erre a kérdésre nemleges választ kell adni (ítélet, 25. pont).

A védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdésének *a*) pontja alapján a védjegyjogosult felléphet, ha bárki az engedélye nélkül használja az említett védjegyet, amennyiben e használatra gazdasági tevékenység körében, a védjegy árufajzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban kerül sor, és az sérti vagy sértheti a védjegy alapvető funkcióit, amelyek között nem csupán a védjegy azon alapvető funkciója szerepel, amely abban áll, hogy szavatolja a fogyasztók számára az általa megjelölt áruk vagy szolgáltatások származását (a továbbiakban: származásjelző funkció), hanem annak egyéb funkciói is vannak, mint például az ezen áruk vagy szolgáltatások minőségének szavatolása vagy a kommunikációval, a befektetésekkel, illetve a reklámmal kapcsolatos funkciók (lásd ebben az értelemben: L'Oréal és társai-ítélet, C-487/07, 58. pont);⁶ Google-

⁶ A szöveg:

Az EU Bíróságának korábban már alkalma nyílt megállapítani, hogy a védjegyirányelv 5. cikkének (1) bekezdésében foglalt kizárólagos jog célja az, hogy lehetővé tegye a jogosult számára különös jogosulti érdekeinek védelmét, azaz annak biztosítását, hogy a védjegy betölthesse szerepét, valamint hogy e jog gyakorlása azokra az esetekre korlátozódjék, amikor a megjelölés harmadik személy általi használata sérti vagy sértheti a védjegy alapvető funkcióit (lásd a C-206/01. sz., az Arsenal Football Club-ügyben hozott ítélet 51. pontját, a C-245/02. sz., az Anheuser-Busch-ügyben hozott ítélet 59. pontját és a C-48/05. sz., az Adam Opel-ügyben hozott ítélet 21. pontját). E funkciók között szerepel nemcsak a védjegy azon alapvető funkciója, amely a fogyasztók számára szavatolja az áru származását, hanem olyan egyéb funkciók is, mint például az ezen áruk vagy szolgáltatások minőségének szavatolása, vagy a kommunikációval, a befektetésekkel, illetve a reklámmal kapcsolatos funkciók is.

ítélet, C-236/08–C-238/08, 49., 77. és 79. pont;⁷ Interflora-ítélet, C-323/09, 38. pont⁸ – jelen ítélet, 26. pont).

Amennyiben viszont a kérdéses megjelölések és/vagy azok az áruk vagy szolgáltatások, amelyek tekintetében e megjelöléseket használták, mindössze hasonlóak, a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének *b*) pontja alapján a védjegyjogosult kizárólag akkor tilthatja meg a megjelölés ilyen használatát, ha az a vásárlóközönség tudatában fennálló összetéveszthetőség miatt sérti vagy sértheti a védjegy származásjelző funkcióját (lásd különösen:

⁷ A szöveg:

A védjegyjogosultak azt szorgalmazzák, hogy a Bíróság menjen még tovább: állapítsa meg, hogy tulajdonképpen annak, hogy valamely rendszert – a jelen esetekben az Adwordsöt – egy harmadik fél védjegybitorlásra használhat, már a pusztá lehetősége is azt jelenti, hogy az ilyen rendszer önmaga védjegybitorlást valósít meg. A védjegyjogosultak valóban nem kívánják olyan esetekre korlátozni az igényeiket, amikor a hamisított árukat kínáló webhelyek ténylegesen használják az Adwordsöt; ennek a lehetőségét csírájában kívánják elfojtani azzal, hogy megakadályozzák a Google-t abban, hogy a védjegyeknek megfelelő kulcsszavakat kínálhasson fel kiválasztásra. Abból, hogy fennáll annak a kockázata, hogy az Adwords ezeknek a hamisított termékeknek kínáló webhelyeknek a támogatására használható fel, általános jogosultságot vezetnek le arra, hogy fellépjenek védjegyeik kulcsszóként történő használata ellen. Ha a védjegybitorlást az adott kulcsszavaknak az Adwordsben történő használata valósítja meg, ahogyan azt a védjegyjogosultak állítják, akkor ez attól függetlenül igaz, hogy az eredményként megjelenített webhelyek ténylegesen bitorolják-e a védjegyet (49. pont).

Összehasonlításként, a természetes eredmények ugyanazon kulcsszavakra adott válaszként történő megjelenítése szintén „gazdasági előnyre törekvő”. A természetes eredményeket nem jótékonyaságból, hanem azért nyújtják, mert az Adwords ugyanabban az összefüggésben működik, fokozott megjelenést kínálva egyes webhelyeknek. Ennek az előtérbe helyezésnek az értéke függ a keresőmotorok az internethasználó általi használatától. Bár a Google közvetlenül semmit nem kap e használat eredményeképpen, nyilvánvalóan ezen alapul az Adwordsből szerzett bevétele, amely azután lehetővé teszi a Google számára keresőmotorja fenntartását. Így a természetes eredményeknek a Google keresőmotorjában történő megjelenítése szintén megfelel ennek a feltételnek (77. pont).

Ezt teszi a Google az Adwordsben: azzal, hogy védjegyeknek megfelelő kulcsszavakra válaszul reklámokat jelenít meg, kapcsolatot teremt az adott kulcsszavak és a reklámozott webhelyek között, ideértve az említett webhelyek útján árusított árukat vagy szolgáltatásokat is. Bár a kulcsszavak nem jelennek meg magukban a reklámokban, ez a használat beletartozik a védjegyirányelv 5. cikke (3) bekezdésének *d*) pontjában említett, „reklámozásban” történő használat fogalmába: a megteremtett kapcsolat a védjegy és a hirdetett áruk vagy szolgáltatások között áll fenn. Az érintett webhelyek olyan árukat árusítanak, amelyek a védjeggyel érintett árukhoz hasonlóak, vagy azokkal azonosak (ideértve a hamisított termékeket). Ezt a feltételt tehát teljesítették tekinthetjük (79. pont).

⁸ A szöveg:

A Bíróság több alkalommal visszatért a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdése *a*) pontjának ezen értelmezéséhez, és a KVR 9. cikke (1) bekezdésének *a*) pontjára is átvittette a védjegy vonatkozásában (lásd különösen a C-17/06. sz., a Céline-ügyben hozott ítélet 16. pontját, valamint a C-533/06. sz., az O2 Holdings-ügyben hozott ítélet 57. pontját, továbbá a KVR vonatkozásában a C-62/08. sz., az UDV North America-ügyben hozott végzés 42. pontját, valamint a Google-ügyben hozott ítélet 75. pontját). Az EU Bírósága a tekintetben ezenfelül pontosította, hogy az említett rendelkezések lehetővé teszik a védjegyjogosult számára, hogy a védjegy valamely funkciójának sérelme vagy veszélyeztetése esetén kizárólagos jogára hivatkozzon, akár azon alapvető funkciójáról van szó, hogy tanúsítja a védjeggyel érintett áru vagy szolgáltatás származását, akár valamely egyéb funkciójáról, mint például az áru vagy szolgáltatás minőségének tanúsításáról, a kommunikációról, a beruházásról vagy a reklámról.

Frisdranken Industrie Winters-ítélet, C-119/10, 25. pont,⁹ valamint az ott hivatkozott ítéletkezelési gyakorlat – jelen ítélet, 27. pont).

Emlékeztetni kell arra, hogy az EU Bíróságának már alkalma nyílt megállapítani, hogy valamely védjegynek a védjegyjogosult hozzájárulása nélkül történő, más személy általi azon használata, amelyre a fogyasztók arról való tájékoztatása érdekében kerül sor, hogy valamely más személy e védjeggyel rendelkező termékek javításával és szervizelésével foglalkozik, vagy arról, hogy e termékek szakértője, illetve e termékekre szakosodott, bizonyos körülmények esetén a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének *a*) pontja értelmében vett használatának minősül, amellyel szemben a védjegyjogosult felléphet, kivéve ha ezen irányelvnek a védjegyoltalom korlátaira vonatkozó 6. cikke vagy a védjegyoltalom kimerülésére vonatkozó 7. cikke alkalmazandó (lásd: BMW-ítélet, C-63/97, 42–45. pont¹⁰ – jelen ítélet, 28. pont).

Ami az alapügyben szereplő hirdetéseket illeti, amelyek az Együd Garage-t „felhatalmazott Mercedes-Benz szervizként” tüntetik fel, meg kell állapítani, hogy az Együd Garage azáltal, hogy az MTT-től ilyen tartalmú hirdetést rendelt meg abból a célból, hogy a 2011–

⁹ A szöveg:

A védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének *b*) pontja alapján a védjegyjogosult megtilthatja, hogy harmadik személy a védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést a hozzájárulása nélkül használjon, amennyiben e használat gazdasági tevékenység körében, a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos vagy azokhoz hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban történik, és olyan jellegű, hogy a vásárlóközönség tudatában fennálló összetéveszthetőség miatt sérti vagy sértheti a védjegy azon alapvető funkcióját, hogy a fogyasztók számára garantálja az áruk vagy szolgáltatások származását.

¹⁰ A szöveg:

A harmadik és negyedik kérdésre a válasz az, hogy a védjegynek a tulajdonos engedélye nélkül való használata abból a célból, hogy a közönséget tájékoztassa arról, hogy egy másik vállalat végzi azoknak a termékeknek a javítását és karbantartását, amelyeket a szóban forgó védjeggyel jelölnek, vagy hogy ez a másik vállalat ezen termékekre szakosodott, olyan körülmények között, mint amelyeket a megkereső nemzeti bíróság végzésében leírt, a védjegyirányelv 5) cikk (1) bekezdés *a*) pontjában leírt használatot képezi (ítélet, 42. pont).

Negyedik és ötödik kérdésével, amelyeket együtt célszerű megválaszolni, a nemzeti bíróság lényegében azt kérdezi, hogy a védjegyirányelv 5–7. cikke vajon feljogosítja-e a védjegytulajdonost, hogy harmadik személyt megakadályozzon abban, hogy tájékoztassa a közönséget, miszerint ő a védjeggyel megjelölt áru javítását és karbantartását végzi, valamint hogy ezeket az árukat, amelyeket a védjegytulajdonos maga is forgalmaz, annak engedélyével ő maga is forgalmazza, mert arra szakosodott vagy szaktereskedés (43. pont).

A megkereső bíróság különösképpen abban a kérdésben kér előzetes döntést, hogy vajon a védjegytulajdonos csak abban az esetben akadályozhatja-e meg az ilyen használatot, ha a hirdetés azt a benyomást kelti, hogy a hirdetés megrendelője a védjegyjogosult kereskedelmi hálózatához tartozik, vagy ha nagy a valószínűsége annak, hogy a közönségnél a hirdetés olyan benyomást kelt, hogy annak célja, hogy a hirdetés közzétételével saját vállalatát reklámozza vagy hogy meghatározott minőség látszatát keltse (44. pont).

A kérdés megválaszolása érdekében alá kell húzni, hogy figyelemmel a második és harmadik kérdésre adott válaszra a védjegynek a vonatkozó hirdetésben történő és az alapper szerinti használatát a védjegy-tulajdonos az irányelv 5. cikk (1) bekezdés *a*) pontja értelmében megtilthatja, hacsak nem alkalmazandó az oltalom tartalmáról rendelkező 6. cikk, vagy a védjegyoltalom kimerüléséről rendelkező 7. cikk (45. pont).

2012-es időszakban megjelenjen a www.telefonkonyv.hu weboldalon, a védjegyirányelv 5. cikkének (1) bekezdése értelmében használta a védjegyet (ítélet, 29. pont).

A hirdető ugyanis – azáltal, hogy kereskedelmi tevékenységei keretében ilyen reklámanyagot rendelt meg – „gazdasági tevékenység körében” „használta” a védjegyet az ügyfelei számára általa kínált „árakkal és szolgáltatásokkal kapcsolatban”; az ilyen, reklámozási célú használat egyébként kifejezetten szerepel a védjegyirányelv 5. cikke (3) bekezdésének *d*) pontjában. Amennyiben az ilyen használatra a védjegyjogosult hozzájárulása nélkül kerül sor, az sértheti a védjegy származásjelző funkcióját, mivel a hirdetés azt sugallja, hogy gazdasági kapcsolat áll fenn e hirdető és a védjegyjogosult között (lásd ebben az értelemben: Interflora-ítélet, C-323/09, 45. pont,¹¹ valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat – jelen ítélet, 30. pont).

Azonban, mivel a Mercedes-Benz Hungária és az Együd Garage közötti vevőszolgálati szerződés kifejezetten lehetővé tette e használatot, úgy kell tekinteni, hogy arra a védjegyjogosult hozzájárulásával került sor, és hogy a védjegyirányelv 5. cikkének (1) bekezdése értelmében e védjegyjogosult a szerződés hatálya alatt tehát nem léphetett fel a kérdéses hirdetésnek a www.telefonkonyv.hu weboldalon való megjelentetésével szemben (ítélet, 31. pont).

Ugyanakkor nem vitatott, hogy az Együd Garage-t „felhatalmazott Mercedes-Benz szervizként” feltüntető hirdetések még e szerződés megszűnését követően is megjelentek mind a www.telefonkonyv.hu weboldalon, mind pedig más cégböngészős weboldalakon, és hogy ez képezi az alapjogvita tárgyát (ítélet, 32. pont).

Ami egyfelől e hirdetésnek a www.telefonkonyv.hu weboldalon való, az említett szerződés megszűnését követő megjelentetését illeti, a kérdést előterjesztő bíróság megállapította, hogy az Együd Garage kérte az MTT-től az eredetileg megrendelt hirdetés módosítását abból a célból, hogy az többé ne tüntesse fel „felhatalmazott Mercedes-Benz szervizként”, azonban e kérés ellenére a hirdetés továbbra is e megjelölést tartalmazva jelent meg egy bizonyos ideig az említett weboldalon (ítélet, 33. pont).

Márpedig, bár a más védjegyet tartalmazó reklám internetes hirdetési oldalon való elhelyezése azon hirdetőnek tudható be, aki e hirdetést megrendelte, és akinek utasítására ezen oldal üzemeltetője – mint szolgáltatásnyújtó – eljár (lásd analógia útján: Google-ítélet,

¹¹ A szöveg:

Ha harmadik fél hirdetése azt sugallja, hogy gazdasági kapcsolat áll fenn e harmadik fél és a védjegyjogosult között, azt a következtetést kell levonni, hogy sérül a védjegy származásjelző funkciója. Hasonlóképpen ha a hirdetés – bár nem sugallja, hogy gazdasági kapcsolat állna fenn – a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások származása tekintetében annyira homályos marad, hogy a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó a promóciós link és a hozzá kapcsolt reklámüzenet alapján nem képes annak felismerésére, hogy a hirdető a védjegyjogosulttól független harmadik személy, vagy ellenkezőleg, ahhoz gazdasági kapcsolat fűzi, szintén azt a következtetést kell levonni, hogy sérül a védjegy fent említett funkciója (45. pont).

C-236/08–C-238/08, 51. és 52. pont;¹² Frisdranken Industrie Winters-ítélet, C-119/10, 36. pont¹³), nem tudhatók be e hirdetőnek az olyan szolgáltató aktusai vagy mulasztásai, aki szándékosan vagy hanyagságból figyelmen kívül hagyja az említett hirdető által pontosan a védjegy ilyen használatának elkerülésére irányulóan adott, kifejezett utasításokat. Így amennyiben az említett szolgáltató nem tesz eleget a hirdető azon kérésének, hogy távolítsa el a szóban forgó hirdetést vagy az abban szereplő védjegyet, e védjegy internetes hirdetési oldalon való megjelenítése már nem vizsgálható annak hirdető általi használataként (ítélet, 34. pont).

Másfelől, ami a kérdéses hirdetés más cégböngészős weboldalakon való közzétételét illeti, a kérdést előterjesztő bíróság rámutat arra, hogy e jelenség az ilyen oldalak egyes üzemeltetőinek azon gyakorlatával magyarázható, amely abból áll, hogy más weboldalakon közzétett hirdetéseket a hirdető tudta és beleegyezése nélkül átvesznek a saját weboldaluk használatának előmozdítása céljából, hogy lássák a leendő fizetős felhasználók, hogy megbízható háttérrel rendelkező, népszerű oldallal állnak szemben (ítélet, 35. pont).

E tekintetben meg kell állapítani, hogy nem tudhatók be a hirdetőnek más, olyan gazdasági szereplők – így az internetes hirdetési oldalak üzemeltetőinek – önálló aktusai, amelyekkel a hirdető nem áll semmilyen közvetlen vagy közvetett kapcsolatban, és amelyek nem e hirdető megrendelésére és az ő nevében, hanem a saját kezdeményezésükre és a saját nevükben járnak el (ítélet, 36. pont).

A jelen ítélet 34. és 36. pontjából következik, hogy az ott említett két esetben a védjegy-jogosult a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének *a*) vagy *b*) pontja értelmében nem léphet fel a hirdetővel szemben, hogy megtiltsa neki az abban szereplő védjegymegjelölést tartalmazó hirdetés interneten való megjelenítését (ítélet, 37. pont).

¹² A szöveg:

Foglalkozni kell tehát a valamennyi előzetes döntéshozatal iránti kérelemben feltett kiegészítő kérdéssel, amely arra az esetre vonatkozik, ha nem állapítható meg védjegybitorlás: a 2000/31 irányelvben foglalt, tárhelyszolgáltatásra vonatkozó, felelősség alóli mentesség vonatkozik-e a Google-nek az Adwordsben folytatott tevékenységére (51. pont).

A felek megosztották e kiegészítő kérdés jelentését illetően, egyesek szerint arra vonatkozik, hogy a Google esetlegesen mentesülne a védjegybitorlás megállapítása alól. A legfelsőbb bíróság (Cour de cassation) azonban kifejezetten úgy fogalmazta meg a kérdést, hogy csak arra az esetre vonatkozik, ha ilyen bitorlást nem állapítanak meg. Véleményünk szerint a Cour de cassation azért tett így, mert ha a védjegyjogosultaknak lehetőségük van fellépni az ellen, hogy az Adwords a védjegyeiknek megfelelő kulcsszavakat használjon, akkor a folyamatban lévő ügy tulajdonképpen megoldódik. Ha azonban az EU Bírósága úgy dönt, hogy nem valósul meg védjegybitorlás, és az Adwords a jelenlegi módon folytathatja működését, akkor is foglalkozni kell a Google Adwordsben szereplő tartalmakért való esetleges felelősségének kérdésével. Ezért lehet a jelen ügyekben releváns a tárhelyszolgáltatásra vonatkozó, felelősség alóli mentesség (52. pont).

¹³ A szöveg:

Az EU Bizottság tart attól, hogy a más megbízásából megtöltést végző vállalkozás általi védjegybitorlás kizárása visszaéléshez vezet, mivel valamely védjegyet bitorolni kívánó vállalkozás harmadik személyeket bízza meg a jogellenes cselekmények elvégzésével.

E következtetést megerősíti a védjegyirányelv 5. cikkének szövege, szerkezete és célja (ítélet, 38. pont).

Ami legelőször is ezen 5. cikk (1) bekezdésének szövegét illeti, példaként meg kell jelezni, hogy az e rendelkezés német, angol, francia, olasz, holland és magyar változatában szereplő, „zu benutzen”, „using”, „faire usage”, „usare”, „het gebruik” és „használ” kifejezés szokásos értelmében véve aktív magatartást és a használatnak minősülő aktus közvetlen vagy közvetett meghatározását jelenti. Márpedig nem ez az eset áll fenn akkor, ha a független gazdasági szereplő ezen aktust a hirdető hozzájárulása vagy éppen annak kifejezett szándéka ellenére hajtja végre (ítélet, 39. pont).

Ami ezt követően a védjegyirányelv 5. cikkének szerkezetét illeti, meg kell állapítani, hogy ezen 5. cikk (3) bekezdése, amely nem kimerítő jelleggel sorolja fel azon használat típusokat, amelyekkel szemben a védjegyjogosult felléphet (lásd: Google-ítélet, C-236/08–C-238/08, 65. pont,¹⁴ valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat), kizárólag más személyek aktív magatartását említi, így a megjelölés „elhelyezés[ét]” az árun vagy csomagolásán, annak „használat[át]” az üzleti iratokon vagy a reklámozásban, a megjelölést hordozó áru eladásra való „felkínálás[át]”, „forgalomba hozatal[át]”, valamint forgalomba hozatal céljából történő „raktáron tartás[át]”, azok „behozatal[át]” vagy „kivitel[ét]”, illetve szolgáltatások e megjelölés alatt történő „kínálás[át]” vagy „nyújtás[át]” (ítélet, 40. pont).

Végül a védjegyirányelv 5. cikkének célját illetően e rendelkezésből egyértelműen következik, hogy az arra irányul, hogy olyan jogorvoslati eszközt biztosítson a védjegyjogosultnak, amely lehetővé teszi számára, hogy fellépjen védjegye más személy általi bármely használatával szemben, és így megszüntettesse azt, amennyiben arra a hozzájárulása nélkül kerül sor. Azonban kizárólag a használatnak minősülő aktust közvetlenül vagy közvetetten meghatározó más személy van ténylegesen olyan helyzetben, hogy megszüntesse e használatot, és így megfeleljen az említett tilalomnak (ítélet, 41. pont).

E körülmények között meg kell állapítani, hogy a védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdésének azon értelmezése, amely az alapügyben szóban forgóhoz hasonló helyzetben lehetővé teszi a védjegyjogosult számára, hogy kizárólag azzal az indokkal lépjen fel a hirdető vitatott védjegyhaznátával szemben, hogy e használat esetlegesen gazdasági előnnyel járhat a hirdető számára, sérti e rendelkezés célját, valamint az *impossibile nulla obligatio est* (lehetetlenre kötelezettség nem alapítható) elvét (ítélet, 42. pont).

E megállapítás nem érinti a védjegyjogosult azon lehetőségét, hogy adott esetben a nemzeti jog alapján követelje a hirdetőtől az ilyen gazdasági előny megtérítését, sem pedig azon

¹⁴ A szöveg:

Tehát az „árúkkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos használat” fogalma a releváns – emlékeztetünk arra, hogy a „reklámozásban” történő használat ennek csak egy példája. Az EU Bírósága helyesen összpontosított erre a fogalomra, egyértelművé téve, hogy a jelen feltétel teljesül, ha a védjegynek megfelelő megjelölést valaki úgy használja, hogy az kapcsolatot teremt a megjelölés ... forgalmazott áruk vagy ... szolgáltatások között.”

lehetőségét, hogy fellépjen a kérdéses cégböngészős weboldalak üzemeltetőivel szemben (ítélet, 43. pont).

Az előző megfontolásokra tekintettel az előterjesztett kérdésre azt a választ kell adni, hogy a védjegyirányelv 5. cikk (1) bekezdésének a) és b) pontját úgy kell értelmezni, hogy a valamely weboldalon közzétett, azon hirdetésben feltüntetett másik személy, amely hirdetés valamely védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést oly módon tartalmaz, hogy az azt a benyomást kelti, hogy kereskedelmi kapcsolat áll fenn e személy és a védjegyjogosult között, nem használja (does not make use of that sign – Vida S.) e megjelölést, amellyel szemben az említett védjegy jogosultja e rendelkezés alapján felléphetne, amennyiben e hirdetést nem e másik személy tette közzé, vagy nem az ő megbízásából tették közzé, vagy amennyiben – abban az esetben, ha e hirdetést a védjegyjogosult hozzájárulásával e másik személy helyezte el, vagy az ő megbízásából helyezték el – e másik személy kifejezetten követelte e weboldal üzemeltetőjétől – akitől megrendelte a hirdetést – a hirdetés vagy az abban szereplő védjegymegjelölés eltávolítását (ítélet, 44. pont és rendelkező rész).



KOMMENTÁR

Az ítélet meghozatala óta eltelt rövid időre vezetem vissza, hogy csak egy kommentárt sikerült találnom.

A német *Jacobs*¹⁵ „Praxishinweis” (Gyakorlati megjegyzések) című rövid glosszáját azzal kezdi, hogy az EU Bírósága a passzív legitimáció terjedelmét a realitásokhoz igazítja. Ez azt jelenti, hogy a hirdetés megrendelője csak akkor tartozik felelősséggel, ha a hirdetést ő maga kezdeményezte, és így befolyásolhatja azt. Az EU Bírósága ennek megfelelően korlátozta a hirdetés megrendelőjének felelősségét, és vonta meg a felelőség határát. Ezért hasonló esetekben az ellenérdekű feleknek kellőképpen mérlegelniük célszerű, hogy fellépnek-e a hirdetés közzétevőjével szemben. Ugyanakkor a felelősnek tartott személy pusztá állítása, hogy a közlemény nem tőle származik, nem lesz elegendő. Másrészt a hirdetések közzétevőinek folyamatosan figyelniük kell, hogy az általuk megrendelt hirdetéseken felül milyen

¹⁵ *Georg Jacobs*: Keine Haftung für nicht beauftragte markenrechtsverletzende Werbeanzeige. GRUR-Prax, 2016, p. 122.

közlemények jelennek meg az adott tárgyban. A jelen ügy alapjául szolgáló magyarországi eljárásban e per alperese magánszakvéleményt nyújtott be, miszerint a hirdetéseket, közleményeket nem ő rendelte meg, és hogy „a kifogásolt hirdetői magatartás” széles körben elterjedt üzleti gyakorlat, s ő ennek áldozata”. Amíg pedig ennek az üzleti gyakorlatnak az ismerete a bíróságoknál nem honosodik meg, még alighanem sok magánszakvéleményre lesz szükség, hogy az állítólagos bitorló az alaptalan igényekkel szemben eredményesen tudjon védekezni.

MEGJEGYZÉSEK

1. Figyelemre méltónak tartom, hogy az ítélet azonos következtetésre jut, mint a magyar kormány (valamint a lengyel kormány és az EU Bizottsága), amint az a 25. pontból megállapítható.

2. Az ügy tényállása első rátekintésre különös: a jogkövető üzleti partner (az alapper alperese) magatartásával ellentétes a weboldalak üzemeltetőinek hanyag magatartása.

Persze lehet, hogy ezek a körülmények csak számomra meglepőek, a jelen írás tényállási részében említett magánszakértő, valamint *Jacobs* kommentárja is arra utal, hogy a weboldalak üzemeltetőinek ilyesféle magatartása a hétköznapi gyakorlatban nem szokatlan.

Ez persze szomorú dolog. Ilyen esetben a védjegyjogosult kénytelen a weboldal üzemeltetőjével szemben közvetlenül fellépni (ítélet, 43. pont – így a magyar kormány is). Szerintem dicséretre méltó, ha ebben a hirdetés eredeti megrendelője is segít, azaz közreműködik a weboldal üzemeltetője elleni eljárás sikere érdekében.

Véleményem szerint ugyanez a helyzet azokkal a további weboldal-üzemeltetőkkel szemben is, akik úgyszintén átvették az MTT weboldalhirdetését, amint arra a Fővárosi Törvényszék utal (ítélet, 35. pont).

3. Az ítélet az érdekiegyenlítés tetszetős példája: megállapítja, hogy a weboldalak üzemeltetőinek hanyagsága miatt a hirdetés eredeti megrendelője nem tartozik felelőséggel, ugyanakkor *obiter dictum* (mintegy megjegyzésként) jelleggel jelzi az alapper felperese felé, hogy az adott esetben a nemzeti jog alapján a gazdasági előny megtérítését kérheti (ítélet, 43. pont). Gazdasági előny alatt az EU Bírósága – nézetem szerint – az alapperbeli alperes érdekeit szolgáló (bár általa letiltott) hirdetésekre visszavezethető gazdasági előnyt érti.

4. Kézenfekvő, hogy az alkalmazandó nemzeti jog ebben az esetben a magyar jog lenne, mégpedig a Ptk. 6:579 §-a, amely a jogalap nélküli gazdagodásról rendelkezik.

A jogi irodalom¹⁶ e vonatkozásában a szerzői jog, a szabadalmi jog „vétlen bitorlása” tényállását említi, kézenfekvő, hogy a védjegyjog vétlen bitorlása esetén a helyzet azonos.

Ha az alapper felperese netán igénybe venné ezt a lehetőséget, valószínűleg a bizonyítás vonatkozásában kell majd komoly jogászai teljesítményre felkészülnie.

¹⁶ *Petrik György, Wellmann György* (szerk.): *Polgári Jog. Az új Ptk. magyarázata*, VI. kötet. HVG-ORAC, Budapest, 2013, p. 526.

5. Jól szemlélteti az ítélet az EU Bíróságának precedensjogát, különösképpen a BMW-ítéletre történő támaszkodást: ennek kilenc pontjára hivatkozik (a Google-ítéletre további hat pontban). Ez érthető, hiszen a BMW-ítélet¹⁷ alapjául szolgáló tényállás, valamint az azzal kapcsolatos jogalkalmazási kérdések közel állnak a jelen ügyben hozott ítélethez.

Ezért – márcsak gyakorlati okokból is – megismétlem a BMW-ügyben hozott ítélethez fűzött kommentáromat: a hazai javítószervezetek, valamint autó- és autóalkatrész-kereskedések számára a jelen ítélet – akárcsak a BMW-ügyben hozott – iránymutató. Ez persze nemcsak a saját magatartásra, de esetleges illetéktelen magatartások elleni fellépésre is vonatkozik.

Ezt ehelyütt még azzal egészítem ki, hogy az itt bemutatott, valamint a BMW-ítélet gyakorlati jelentősége nem korlátozódik az autópiacon, hanem például a háztartási gépek és az elektronikai berendezések piacán hasonlóképpen érvényesülnek az azokban kifejtett iránymutatások.

¹⁷ Ism. *Vida Sándor: Az Európai Bíróság védjegyjogi gyakorlata*. Miskolc, 2006, p. 186.