

Dr. Millisits Endre*

KIT KAT, AVAGY A TÉRBELI VÉDJEGY OLTALOMKÉPESSÉGÉNEK ÚJABB HATÁRVITÁI AZ EURÓPAI BÍRÓSÁG ELŐTT

Bevezetés

Amint azt az *Európai Bíróság* immár több, térbeli megjelölésekkel kapcsolatos, előzetes döntéshozatal iránti ügyben is gondosan megvizsgálta, az alábbiakban ismertetendő KIT KAT 4 FINGERS-nek (magyarul: *Négy rudacskából álló, csokoládéval bevont Kit Kat ostyaszelet*) nevezett ügy tétje is annak az esetleges lehetősége volt, miszerint valamely vállalkozás örökös monopóliumot biztosíthat magának azáltal, hogy védjegyként lajstromoztat a maga számára egy térbeli megjelölést. [Az egyszerűség kedvéért a BPHH-t (Belső Piaci Harmonizációs Hivatal) is a továbbiakban EUIPO-nak (European Union Intellectual Property Office, az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala), a közösségi védjegyet pedig európai uniós védjegynek nevezzük.]

Nem csodálkozhatunk azon, hogy a *térbeli* védjegyek oltalmának peremfeltételei ennyi fejtörést, dilemmát okoznak – úgy tűnik, maguk a védjegyes árukat előállító édesipari cégek sem kímélik ellenfeleiket (és persze az ügyekkel járó anyagi és egyéb ráfordításokat tekintve magukat sem) ezeknek a fontos jogi kérdéseknek a tisztázása érdekében.

Immár hagyományosnak tekinthető, hogy a brit *Cadbury* és a svájci *Nestlé* cég („*csokióriások*”, ahogyan a sajtó elnevezte őket) között a bíbor szín, illetve a HAVE A BREAK jelmondat lajstromképesége tekintetében megvívott jogvitán túl immár a *négy rudacskából álló, csokoládéval bevont Kit Kat ostyaszelet* formája is a bíróságok elé került. (Meggjegyezzük, hogy a rudacskák széttöréssel szétválaszthatók.)

Az alábbiakban ismertetésre kerülő két ügy (a C-215/14 és a T-112/13 számú ügy), összefüggéseire a főtanácsnok egy korábbi, a C- 215/14 sz. ügy *perösszefoglalójában* is utalt, mondván: bár a jelen ügy a védjegynek az Egyesült Királyságban történő bejelentésére vonatkozik, a szóban forgó formát európai uniós védjegyként is lajstromozták a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, 1957. június 15-én kötött, felülvizsgált és módosított Nizzai Megállapodás szerinti 30. osztályba tartozó egyes árukra vonatkozóan. A Cadbury cég törlési kérelmet nyújtott be e lajstromozással szemben, amelyet az EUIPO második fellebbezési tanácsa határozatában elutasított. Az e határozat ellen benyújtott keresettel kapcsolatos eljárást, amely T112/13. számon volt folya-

* A Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala Nemzetközi Védjegyzsoltályának nyugalmazott osztályvezetője, a Magyar Védjegy Egyesület elnökségi tagja.

matban az Európai Unió Törvényszéke előtt, a C-215/14. sz. ügy elbírálásáig felfüggesztették (A C- 215/14 sz. ügy *perösszefoglalója*).

A C-215/14. sz. ügyben született 2015-ös ítélet után folytatták T-112/13. sz. ügyet is, amelyben azóta, 2016. decemberében, megszületett az ítélet is.

Végül van egy harmadik, a szóban forgó védjegy két rudacskából álló változatának lajstromozásával kapcsolatos eljárás, amelyet az EUIPO fellebbezési tanácsa függesztett fel.

Dogmatikai alapok

A térbeli (más néven háromdimenziós vagy 3D) védjegy oltalmazásának lehetősége a nemzetközi védjegyjog fejlődésének viszonylag új vívmánya, hiszen ezt a lehetőséget az Európai Unió számos tagállamában a Tanács 1988. december 21-i, a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló 89/104/EGK első irányelve hatására teremtette meg a nemzeti jogalkotás, illetve a közösségi védjegyről szóló 40/94 tanácsi rendelet (a továbbiakban: KVR).

Mint ismeretes, a KVR 7. § (1) bekezdésének *e*) pontja kimondja, hogy a megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha *kizárólag* olyan formából áll, amely

- i.* az áru jellegéből következik; vagy
- ii.* a célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges; vagy
- iii.* az áru értékének a lényegét hordozza.

Az irányelv szerint *a megjelölés nincs kizárva a védjegyoltalomból, illetve a védjegy nem törölhető, ha a megjelölés használata révén a bejelentési napját megelőzően megszerezte a megkülönböztetőképességet.* Ezen túlmenően bármelyik tagállam előírhatja, hogy ezt a szabályt akkor is alkalmazni kell, ha a megjelölés a megkülönböztetőképességet a bejelentés napját vagy a lajstromozás napját követően szerezte meg.

Az első ügy: C- 215/14 sz.

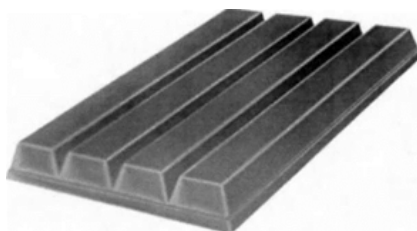
Előzmények

Az alapeljárásban szereplő csokoládéárut eredetileg a Rowntree & Co Ltd cég kezdte forgalmazni az Egyesült Királyságban Rowntree's Chocolate Crisp néven. Az áru nevét 1937-ben Kit Kat Chocolate Crispre módosították, majd később ez a név rövidült a KIT KAT megnevezésre. A Nestlé cég 1988-ban megszerezte a Rowntree céget, amelynek az új cégneve Rowntree plc lett. Az akvizíció folyamán a Nestlé cég megszerezte a KIT KAT védjegy feletti rendelkezés jogát is (a főtanácsnok perösszefoglalója, 7. pont).

A termék alapvető formája nagyon keveset változott 1935 óta, bár a mérete valamelyest módosult. A kicsomagolt termék jelenlegi megjelenése a következő (a főtanácsnok perösszefoglalója, 9. pont):



Minden egyes rudacskán dombornyomással a KIT KAT szavak szerepelnek a logó részét képező ovális forma darabjaival együtt (a főtanácsnok perösszefoglalója, 10. pont). 2010. július 8-án a Nestlé cég védjegybejelentést nyújtott be az Egyesült Királyságban a rudacskákra mint térbeli védjegyre, ugyanakkor a bejelentés semmiféle dombornyomású jelet nem tartalmazott (a piacon ténylegesen használt térbeli alakzattól eltérően).



A védjegybejelentés árujegyzéke: 30. áruosztály: csokoládé; csokoládétartalmú édességek; csokoládékészítmények; cukorkaárúk; csokoládéalapú készítmények; péksütemények; sütemények; kekszek; csokoládébevonatú kekszek; csokoládébevonatú ostyák; cukrászsütemények; aprósütemények; ostyák (a főtanácsnok perösszefoglalója, 13. pont).

Az UKIPO (United Kingdom Intellectual Property Office, az Egyesült Királyság Szellemitulajdon-védelmi Hivatala) nem emelt kifogást a védjegybejelentéssel szemben feltétlen lajstromozást gátló okra hivatkozva; úgy találta, hogy bár maga a megjelölés nem rendelkezik megkülönböztetőképességgel, a bejelentő kellően bizonyította azt, hogy a megjelölés megszerezte a megkülönböztetőképességet (a főtanácsnok perösszefoglalója, 14. pont).

A meghirdetett védjegybejelentéssel szemben 2011-ben a Cadbury cég nyújtott be *felszólalást* arra hivatkozva, hogy a megjelölésnek nincs megkülönböztetőképessége, és a megjelölés a megkülönböztetőképességet nem is szerezte meg (a főtanácsnok perösszefoglalója, 15. pont).

A felszólalásnak az UKIPO helyt adott, és a védjegybejelentést 2013. június 20-án elutasította (a főtanácsnok perösszefoglalója, 16. pont).

Az UKIPO részéről eljáró elbíráló úgy találta, hogy a lajstromozni kért megjelölés három jellemzője a következő:

1. a csokoládészelet lényegében téglalap alakú formája;
2. a szelet hosszában elhelyezkedő barázdák jelenléte, elhelyezése és mélysége; valamint
3. a barázdák száma, amelyek a szelet szélességével együtt meghatározzák a „rudacskák” számát (a főtanácsnok perösszefoglalója, 17. pont).

Az elbíráló úgy vélte, hogy az említett első jellemző az áruk jellegéből adódó forma, ennélfogva ezek tekintetében a megjelölés nem lajstromozható, kivéve a „cukrászsüteményeket” és „süteményeket”, amelyek esetében viszont a védjegy formája jelentősen eltér az ágazat normáitól. Mivel a másik két jellemző a műszaki hatás eléréséhez szükséges, az elbíráló egyebekben megtagadta a lajstromozást (a főtanácsnok perösszefoglalója, 18. pont).

Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem és az Európai Bíróság előtti eljárás

A High Court of Justice felfüggesztette a védjegylajstromozási eljárást, és az alábbi kérdéseket tette fel az Európai Bíróságnak.

1. Annak megállapításához, hogy a megjelölés használata révén megkülönböztetőképességet szerzett-e a védjegyirányelv 3. cikkének (3) bekezdése értelmében, elegendő-e, ha a bejelentő bizonyítja, hogy a releváns időpontban az érintett fogyasztói körbe tartozó személyek jelentős része felismeri a megjelölést, és azt a bejelentő termékeihez köti, abban az értelemben, hogy ha mérlegelniük kellene, hogy az e megjelöléssel ellátott árukat ki forgalmazza, a bejelentőt jelölnék meg; vagy a bejelentőnek bizonyítania kell, hogy az érintett fogyasztói körbe tartozó személyek jelentős része úgy tekint a megjelölésre (szemben bármely másik, esetleg jelen lévő védjeggyel) mint az áruk származásának jelölésére?

2. Amennyiben a forma három alapvető jellemzővel rendelkezik, amelyek egyike magának az árunak a jellegéből következik, a másik kettő pedig a célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges, e forma védjegyként történő lajstromozását kizárja-e a védjegyirányelv 3. cikke (1) bekezdése *e*) pontjának *i.* és/vagy *ii.* alpontja?

3. Úgy kell-e értelmezni a védjegyirányelv 3. cikke (1) bekezdése *e*) pontjának *ii.* alpontját, hogy az megakadályozza az áruk gyártásának módjára, és nem az áruk működésének módjára tekintettel célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges formák lajstromozását?

A főtanácsnok perösszefoglalója¹

Melchior Wathelet főtanácsnok 2015. június 11-én ismertette indítványát.²

A főtanácsnok megfogalmazása szerint ez az ügy alkalmat kínál az Európai Bíróság számára, hogy eldöntse, hogy pusztán annak bizonyítása, hogy valamely forgalomba hozott

¹ <http://www.szttnh.gov.hu/sites/default/files/files/professional/cjeuosszefoglalo201502.pdf>.

² http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf;jsessionid=9ea7d2dc30ddb24060a7f7e04518881ac65d14ba89f2.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuQaxf0?doclang=HU&text=&pageIndex=0&part=1&mode=DOC&docid=164950&occ=first&dir=&cid=228595.

termék formáját a releváns vásárlóközönség jelentős része úgy ismeri fel, mint amely egy adott gazdasági szereplő áruit *jelöli*, elegendő-e annak a bizonyításához, hogy a védjegy a megjelölés használata révén megkülönböztetőképességre tett szert, vagy pedig azt kell bizonyítani, hogy a releváns vásárlóközönség *kereskedelmi származásjelzőként* használja a formát, és e minőségében bízik benne (a főtanácsnok perösszefoglalója, 35. pont).

Indítványának 2. pontjában a főtanácsnok azt elemezte, hogy vannak-e korlátai az adott megjelölés lajstromozott védjegy elemeként avagy valamely lajstromozott védjegyhez kapcsolódó használata bizonyításának.

A főtanácsnok nem osztotta a Nestlé cégnek a megkülönböztetőképesség kérdésében nyilvánított véleményét, amely szerint ahhoz, hogy a védjegy használata révén megkülönböztetőképességet szerezzen, nem szükséges az, hogy e védjegyet elszigetelten használják. A védjegy azonosítása és ezáltal a megkülönböztetőképesség megszerzése következhet akár a védjegy egy elemének a lajstromozott védjegy részeként történő használatából, akár egy megkülönböztethető védjegynek egy lajstromozott védjegyhez kapcsolódóan történő használatából. Ezekben az esetekben elegendő, hogy ezen „együttes” használat következtében az érintett vásárlóközönség ténylegesen egy meghatározott vállalkozástól származóként érzékelje az azon védjegy által jelölt árut vagy szolgáltatást, amelynek lajstromozását egy másik elemhez kapcsolódóan kérték (a főtanácsnok perösszefoglalója, 43. és 44. pont).

A főtanácsnok végkövetkeztetései

A főtanácsnok a következtetéseit az alábbiakban foglalta össze (a főtanácsnok perösszefoglalója, 79. pont).

1. A bejelentő nem elégedhet meg annak bizonyításával, hogy az érintett fogyasztók felismerik a bejelentett védjegyet, és azt az áruikhoz és szolgáltatásaihoz kötik. Bizonyítani kell, hogy önmagában a bejelentett védjegy jelzi a szóban forgó áruk és szolgáltatások kizárólagos eredetét minden más, esetlegesen jelen lévő védjeggyel szemben, az összetéveszhetőség veszélye nélkül.

2. A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2008. október 22-i 2008/95/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 3. cikk (1) bekezdésének *e*) pontját úgy kell értelmezni, hogy az kizárja valamely forma lajstromozását, amennyiben az három alapvető jellemzővel rendelkezik, amelyek egyike magának az árunak a jellegéből következik, a másik kettő pedig a célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges, feltéve hogy legalább az egyik ilyen indok teljes mértékben alkalmazható e formára.

3. A 2008/95 irányelv 3. cikk (1) bekezdése *e*) pontjának *ii.* alpontját úgy kell értelmezni, hogy azzal ellentétes olyan forma lajstromozása, amely nem csupán az áruk működésének módjára, hanem azok gyártásának módjára tekintettel is szükséges a célzott műszaki hatás eléréséhez.

Ítélet a C-215/14 . sz. ügyben³

A *Bíróság* (első tanács) 2015. szeptember 16-án hozott ítéletet az előzetes döntéshozatali eljárásban, amelyben a 2008/95/EK irányelv 3. cikk (3) bekezdésének alkalmazhatóságát vizsgálta annak érdekében, hogy a négy rudacsából álló, csokoládéval bevont KIT KAT ostyaszület mint térbeli védjegy használat révén megszerezte-e a megkülönböztetőképességet, továbbá azt vizsgálta, hogy az irányelv 3. cikk (1) bekezdés *e*) pontjának megfelelően egyszerre magának az árunak a jellegéből következik-e és a célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges formából áll-e a megjelölés.⁴

A *Bíróság* emlékeztetett arra az ítélet 59. pontjában, hogy a védjegy alapvető funkciója abban áll, hogy a fogyasztó vagy a végső felhasználó számára garantálja a védjeggyel jelölt áru vagy szolgáltatás eredetének azonosíthatóságát, lehetővé téve számára, hogy összetévesztés veszélye nélkül meg tudja különböztetni ezt az árut vagy szolgáltatást a más vállalkozásoktól származóktól.⁵

A *Bíróság* ítéletében kimondta a következőket:

1. A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2008. október 22-i 2008/95/EK európai parlamenti és tanács irányelv 3. cikk (1) bekezdésének *e*) pontját úgy kell értelmezni, hogy azzal ellentétes az áru formájából álló megjelölés védjegyként való lajstromozása abban az esetben, ha ez a forma három lényeges jellegzetességet érint, amelyből az egyik az áru jellegéből következik, a másik kettő pedig a célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges, azzal a feltétellel, hogy az e rendelkezésben foglalt, lajstromozást kizáró okok közül legalább az egyiknek teljes mértékben alkalmazhatónak kell lennie a vitatott formára.

2. A 2008/95 irányelv 3. cikke (1) bekezdése *e*) pontjának *ii.* alpontját – amely lehetővé teszi azon megjelölések lajstromozásának megtagadását, amelyek kizárólag az árunak a célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges formájából állnak – úgy kell értelmezni, hogy az arra vonatkozik, hogy az érintett áru miként tölti be a funkcióját, és nem magára az áru gyártásának a módjára.

3. Egy olyan védjegy lajstromozásához, amely a 2008/95 irányelv 3. cikkének (3) bekezdése értelmében a használat révén szerzett megkülönböztetőképességet, akár valamely másik lajstromozott védjegy részeként, akár azzal összetételben, a bejelentőnek bizonyítania kell azt, hogy az érintett személyek köre – szemben minden más védjeggyel, amely szintén jelen lehet – egyedül a bejelentett védjeggyel jelölt árut vagy szolgáltatást tekinti valamely meghatározott vállalkozástól származónak.

³ http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?jsessionid=9ea7d0f130d5a88e02da7b5a40058096d872213f54db.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4ObNmPe0?doclang=HU&text=&pageIndex=0&part=1&mode=DOC&docid=167821&occ=first&dir=&cid=572833.

⁴ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX%3A62014CJ0215>.

⁵ Philips-ítélet, C299/99, EÜ:C:2002:377, 30. pont.

A második ügy: T-112/13. sz. ügy

A Cadbury Holdings Ltd (Uxbridge, Egyesült Királyság) keresetet nyújtott be az EUIPO ellen négyosztatú csokoládészelet formájának *védjegyként való lajstromozása ellen* (T-112/13. sz. ügy).⁶ A másik fél a fellebbezési tanács előtti eljárásban a Société des produits Nestlé SA (Vevey, Svájc) volt.

A kereseti kérelmek

A felperes azt kérte, hogy a Törvényszék helyezze hatályon kívül a második fellebbezési tanács R 513/2011-2. sz. ügyben 2012. december 11-én hozott határozatának azt a részét, amelyben a fellebbezési tanács azt állapította meg, hogy a védjegy nem rendelkezik a 7. cikk (1) bekezdés *b*) pontja szerinti megkülönböztetőképeséggel, és az EUIPO-t kötelezze a jelen kereseti kérelemmel kapcsolatos költségek, a beavatkozót pedig a felszólalási osztály és a fellebbezési tanács előtti eljárások költségeinek viselésére. Ami a jogalapokat és a fontosabb érveket illeti, a törlés iránti kérelemmel érintett európai uniós védjegy a 30. osztályba tartozó árukra vonatkozó, egy négyosztatú csokoládészelet formáját ábrázoló térbeli védjegy – a 2 632 529. sz. közösségi védjegybejelentés.

Az Európai Unió Törvényszéke 2016. december 15-i, 138/16. sz. közleményében adta hírül, hogy az Európai Bíróság megváltoztatta azt a döntést, amely elutasította a Cadbury cég (illetve jogutódja, a Mondelez UK Holdings Services cég) felszólalását, és új eljárásra utasított.⁷ (A Kraft Foods, a Cadbury korábbi anyavállalata 2012. májusában nevet változtatott, aminek következtében 17 európai piac, így a brit és a magyarországi is csatlakozott a Mondelez International európai szervezetéhez.⁸)

Az ügy tárgya az EUIPO második fellebbezési tanácsának a Cadbury Holdings és a Société des produits Nestlé közötti törlési eljárással kapcsolatban 2012. december 11-én hozott határozata (R 513/2011-2. sz. ügy) ellen benyújtott kereset. Az ítélet rendelkező része:

1. A Törvényszék hatályon kívül helyezi az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (EUIPO) második fellebbezési tanácsának 2012. december 11-én hozott határozatát (R 513/2011-2. sz. ügy).
2. Az EUIPO maga viseli saját költségeit, valamint a Mondelez UK Holdings & Services Ltd részéről felmerült költségeket.
3. A Société des produits Nestlé SA maga viseli a saját költségeit.

⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2013:123:FULL&from=HU>.

⁷ <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2016-12/cp160138hu.pdf>.

⁸ <http://www.uzletresz.hu/vallalkozas/20130410-nevet-mondelezre-valtja-es-az-europai-piachoz-csatlakozik-a-kraft.html>.

A T-112/13. sz. ügyben hozott ítélet

Az Európai Unió Törvényszéke 138/16. sz. sajtóközleményét adta ki Luxembourgban 2016. december 15-én, a Mondelez UK Holdings & Services Ltd kontra EUIPO (érdekelt fél: Société des produits Nestlé), a T-112/13. sz. ügyben hozott ítéletéről.

Ítéletében a Törvényszék az EUIPO határozatát hatályon kívül helyezte. A Törvényszék szerint az EUIPO-nak újból meg kell vizsgálnia, hogy a KIT KAT 4 FINGERS nevű árunak megfelelő térbeli forma fenntartható-e európai uniós védjegyként.

Az indokolásban a törvényszék kimondta, hogy a *használat révén megszerzett megkülönböztetőképességet ugyanis az összes érintett tagállam tekintetében bizonyítani kell.*

A Törvényszék mindenekelőtt utalt arra, hogy amennyiben a védjegyet valamely, több alkategóriát magában foglaló árukatéória tekintetében lajstromozták, a védjegy tényleges használatának csupán az árujegyzék egy része tekintetében való igazolása csak az ezen áruknak megfelelő alkategóriákra jelent oltalmat.

A Törvényszék álláspontja szerint az EUIPO által figyelembe vett egyetlen bizonyíték sem bizonyítja a védjegy használatát a pékáruk, a cukrászsütemények, a sütemények és a gofrik tekintetében. Ebből az következik, hogy az EUIPO tévesen alkalmazta a jogot, amikor úgy ítélte meg, hogy a kérdéses árut a szóban forgó árukatéóriák bármelyike magában foglalhatja.

A továbbiakban emlékeztetett arra, hogy

1. a térbeli védjegyek a használat révén akkor is megkülönböztetőképességet szerezhettek, ha ezeket egy szó- vagy ábrás védjeggyel együtt használják, és
2. a megkülönböztetőképesség használat útján való megszerzése akkor állapítható meg, ha a bejelentett megjelölés alkalmassá vált arra, hogy az érintett árut az adott vállalkozástól származóként azonosítsa.

A Törvényszék ezt követően megvizsgálta az EUIPO által figyelembe vett bizonyítékokat, így különösen a tíz tagállam területén végzett piackutatásokat, a reklámanyagokat és a védjegy használatának időtartamát. A Törvényszék megerősítette, hogy olyan tényekről van szó, amelyek alkalmasak annak bizonyítására, hogy az érintett vásárlóközönség a szóban forgó térbeli védjegyet az érintett áruk kereskedelmi származásának megjelöléseként érzékeli.

A Mondelez cég szerint a Nestlé nem bizonyította, hogy a védjegy az Európai Unió teljes területe tekintetében használat révén megszerezte volna a megkülönböztetőképességet. A Törvényszék úgy ítélte meg, hogy a használat révén megszerzett megkülönböztetőképességet az Európai Unió azon része esetében kell bizonyítani, ahol a védjegy nem rendelkezett benne rejlő megkülönböztetőképességgel, azaz a jelen esetben – a védjegybejelentés benyújtásának időpontjában, 2002. március 21-én – az egész Európai Unió területén (emlékeztetes, hogy ebben az időben az Európai Unió 15 tagállamból állt). Nem elegendő annak

a bizonyítása, hogy az egész Unió érintett vásárlóközönségének jelentős része – az összes tagállamban és az összes régióban együttesen – valamely védjegyet az azzal megjelölt áruk kereskedelmi eredetének megjelöléseként érzel. Ugyanis az olyan védjegy esetében, amely – a Nestlé védjegyéhez hasonlóan – az egész Európai Unióban nem rendelkezik benne rejlő megkülönböztetőképeséggel, a használat révén megszerzett megkülönböztetőképeséget valamennyi érintett tagállam esetében bizonyítani kell.

A Törvényszék a bizonyítékok tanulmányozása során arra a megállapításra jutott, hogy a KIT KAT csokoládérúd megszerezte a megkülönböztetőképeséget használat révén 10 országban (Dániában, Németországban, Spanyolországban, Franciaországban, Hollandiában, Olaszországban, Ausztriában, Finnországban, Svédországban és az Egyesült Királyságban), de ebből az EUIPO nem juthatott volna érvényesen arra a következtetésre, hogy a forma megszerezte a megkülönböztetőképeséget az Európai Unió egészében (még akkor sem, ha ezen országok lakossága akkoriban az Európai Unió 90%-át tette ki) anélkül, hogy megvizsgálta volna, hogyan érzelki a védjegyet az érintett vásárlóközönség, többek között Belgiumban, Írországban, Görögországban és Portugáliában, illetve ne elemezte volna az eredményeket ezen tagországok tekintetében.⁹

Az eljárás korábbi szakaszában eljáró EUIPO úgy vélte, hogy elegendő kimutatni, miszerint a kérdéses védjegy által megjelölt áruk eredetének jeleként fogja fel a megjelölést az érintett, a valamennyi tagállam és régió összevonásával tekintett európai uniós vásárlóközönség jelentős része. Ez a kritérium azonban a Törvényszék szerint nem helyes: nem ez a kérdés ugyanis, hanem az, vajon bebizonyították-e, hogy az Európai Unión belül az érintett vásárlóközönség jelentős része úgy fogja fel a megjelölést, mint a védjegyes áruk eredetének jelzését. Nem egyenlítik ki ugyanis az egyes országokban tapasztalható magas szintű pozitív válaszok a más országokban esetleg tapasztalható hiányokat.

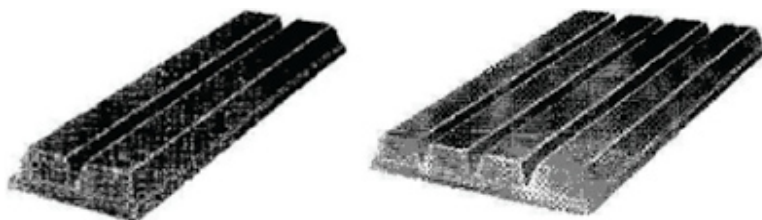
A Törvényszék megállapította, hogy az EUIPO tévesen alkalmazta a jogot, amikor úgy ítélte meg, hogy a védjegy használat révén megszerzett megkülönböztetőképeséget nem szükséges valamennyi érintett tagállam esetében bizonyítani. Ebből következően az EUIPO-nak új határozatot kell hoznia, és ennek során meg kell vizsgálnia azt, hogy a védjegybejelentés benyújtásának időpontjában a szóban forgó védjegy megszerezte-e a megkülönböztetőképeséget a használat révén, amelyet a Nestlé a 15 érintett tagállamban a „cukorkák és aprósütemények” áruk tekintetében folytatott.

Érdekes módon a Bíróság úgy találta, hogy az Egyesült Királyság területén a kérdéses forma megszerezte a megkülönböztetőképeséget a használat útján. Ez pedig ellentétes az Arnold bíró 2016. januári ítéletében foglalt megállapítással.

⁹ <http://ipkitten.blogspot.hu/2017/03/the-kitkat-shape-mark-no-merging-of.html>.

Még egy ítélet, Szingapúrból

A szingapúri fellebbezési bíróság a Société des Produits Nestlé SA versus Petra Foods Limited-ügyben 2016. november 26-án úgy döntött, hogy a Nestlének sem a kétosztatú, sem a négyosztatú csokoládérúdja nem lajstromozható térbeli védjegyként, mert nincs megkülönböztetőképességük (inherent distinctiveness), illetve a megkülönböztetőképességet nem szerezték meg (acquired distinctiveness).¹⁰



A bíróság hangsúlyozta, hogy a megjelölés oltalma annak műszaki megoldás jellege miatt kizárt, továbbá, hogy a bejelentett megjelölés sohasem került használatra, mivel a terméket nem átlátszó csomagolásban forgalmazták, és a „Kit Kat” szavakat a fogyasztó csak akkor láthatta meg, amikor kicsomagolta az árut. Mindez egyben kizárja azt is, hogy a csokoládészelet formáját jó hírű védjegynek fogadják el.

Megjegyzések

Az Európai Bíróság előzetes döntéshozatali eljárás keretében hozott ítéletei (de eseti döntései nem) arra hivatottak, hogy elősegítsék az Európai Unió regionális szerveinek és tagállamainak egységes védjegy jogi gyakorlatát. A fent vázolt két ügy is ebbe a sorba tartozik.

Az első ügyben az Európai Bíróság szándéka ítéletével egyértelműen annak a célnak a szolgálata volt, hogy ne engedje meg senkinek, hogy bármely védjegy lajstromozását úgy használják fel, hogy azáltal műszaki megoldásokat helyezzenek – korlátlan alkalommal megújítható időtartamú – védjegyoltalom alá.

A második ügy üzenete az, hogy a megkülönböztetőképesség megszerzésére vezető használat vizsgálatakor az Európai Bíróság a kérdéses védjegybejelentés árujegyzékében foglalt árut a maga konkrétságában fogta fel úgy, ahogyan az áru a maga műszaki valóságában megjelenik. A Bíróság magát a megjelölést (a jelet) az árujegyzékben foglalt áruval (a jelzett dologgal) összefüggésben vizsgálta meg úgy, ahogyan azt a fogyasztó, a védjegyes áru vásárlója is jól ismeri. (Ez történt a Rubik-kocka térbeli védjegye megkülönböztetőképességének vizsgálatakor is.)

¹⁰ <http://ipkitten.blogspot.hu/2017/03/kit-kat-finger-shape-marks-this-time-in.html>.

Az Európai Bíróság iránymutatásából egyértelmű, hogy védjegyügyekben azt kell vizsgálni, illetve a bejelentőnek/jogosultnak azt kell megfelelően bizonyítania, hogy *az érintett közönség kizárólag a kérdéses védjegy alapján tekint egy azzal jelölt árut vagy szolgáltatást egy bizonyos gyártótól származónak*. A lényeg ezen eredetjelző funkció teljesülése, nem pedig a bejelentett megjelölés és az áru között fennálló asszociáció.¹¹

Nagyon fontos az árujegyzékben foglalt áru-, illetve szolgáltatásmegnevezések metamorfózisa az elsődlegesen a védjegyoltalom terjedelmének megállapításához szükséges, az áru-, illetve szolgáltatási kategóriákat a legszárazabb, leginkább távolságtartó módon leíró áru-megnevezések helyett a valóságos, „tapintható”, a piacon valójában megjelenő áruk/szolgáltatások megnevezései felé. Az árujegyzékben csupán taktikai/stratégiai okokból szereplő áruk, amelyeket a jogosult valójában nem is gyárt (illetve olyan szolgáltatások megnevezése, amely szolgáltatásokat nem is nyújt) határozottan, világosan elválnak azoktól a konkrétan ábrázolt vagy más módon a védjegybejelentés tárgyává tett áruktól, amelyek megszerzett oltalomképesége a tényleges használattól függ. (A földrajzi árujelzők lajstromozásánál a Nizzai Osztályozás alkalmazása során is ugyanez a jelenség tapasztalható.)

Az Európai Bíróság iránymutatásának jogi terminusait ezáltal a gyártók, a kereskedők marketing- és egyéb szakembereinek kell megtölteniük tartalommal. Van mit tanulniuk ezeknek a szakembereknek még világcégeknél is, ahol pl. a négy rudacska térbelivédjegyoltalmát a benyomott „Kit Kat” szavak nélkül igénylik, holott e szavakkal együtt használják valójában. A védjegyzettni kívánt megjelölés kiválasztásában a versenylőnyre törekvés mellett a szigorú védjegyszakmai szempontoknak is érvényesülniük kell.

Sas István mutatott rá arra, hogy minden egyes reklámkommunikátor számára nagy kihívás

- az üzenet maximális leegyszerűsítése,
- az információ tartalmának a minimumra sűrítése és
- az így kapott maximális jelkészlettel maximális információ közvetítése.¹²

Ám mi történik akkor, kérdezhetjük, ha ez a minimalizálási törekvés azt eredményezi, hogy az így kapott jel már nem is rendelkezik megkülönböztetőképességgel, sőt, amint az az ismertett ítéletből is kiderül, még a megkülönböztetőképesség megszerzése sem állapítható meg? Ahogy korunk márkaorientált marketingjének is nyílt titka a vállalat által használt, a piacra bocsátott valamennyi jel tudatos megtervezése, márkaorientált használatának koordinálása – úgy a vállalati védjegypolitikában is ennek a rendszerszemléletnek kell uralkodnia, mivel ennek a hiányosságai nemcsak a védjegyportfólió építése, hanem még a marketingmenedzsment szempontjából is hátrányként jelentkezhetnek.

¹¹ <https://twobirdsideas.hu/2015/09/22/kettetort-kit-kat/>.

¹² Sas István: Reklám és pszichológia. Kommunikációs Akadémia Könyvtár, 2007, p. 146.