

VÁLOGATÁS AZ IPARJOGVÉDELMI SZAKÉRTŐI TESTÜLET SZAKVÉLEMÉNYEIBŐL

SZAKÉRTŐI VÉLEMÉNY VÉDJEGYOLTALOM KÉRDÉSÉBEN

ISZT-12/2016

I. A tényállás

A megbízó igazolt jogi képviselője útján megkereséssel fordult az Iparjogvédelmi Szakértői Testülethez.

A megbízó tulajdonában állnak a Superman képregényhez mint műalkotáshoz fűződő szerzői jog vagyoni elemei. Állítása szerint a képregényhőst 1932-ben alkották meg, történeteit nem csupán képregényekben, hanem nagy népszerűségének köszönhetően filmekben, rajzfilmekben és televíziós sorozatokban is feldolgozták. A történetek jellegzetes figurája ikonikus ábrázolású, megjelenése és ruházata egyéni-eredeti jellegű.

A megbízó javára több olyan védjegy is oltalom alatt áll, amely a karaktert vagy annak ismertetőjegyeit tartalmazza.

A megbízó tudomására jutott, hogy a kiadó által megjelentetett folyóirat borítólapján olyan grafika látható, amely egy férfialak mellkasát ábrázolja, a jellegzetes supermenes „szétnyitott ing” pózban, középpontban a szintén jellegzetes „S” ábrázolás megjelenítésével; továbbá a „stróman” kifejezés az európai uniós védjegy sajátos írásmódjának megjelenítésével. A megbízó védjegyeinek használatára nem adott engedélyt a kiadó számára.



II. Az Iparjogvédelmi Szakértői Testületnek feltett kérdések

A megbízó az Iparjogvédelmi Szakértői Testület állásfoglalását kérte az alábbi kérdések tekintetében.

1. A kiadó által kiadott lapszám borítóján található grafika, vagyis a jellegzetes kék kosztümsős férfi mellkasán látható pajzs, benne a stilizált S betűvel összetéveszthetőségig hasonló-e a megbízó nemzeti ábrás védjegyéhez, továbbá a „stróman” felírat jellegzetes írásmódja összetéveszthetőségig hasonló-e a megbízó SUPERMAN európai uniós ábrás védjegyéhez?
2. A véleménynyilvánítás szabadságát és/vagy a sajtószabadság gyakorlását korlátozhatja-e harmadik személy védjegyoltalomhoz fűződő kizárólagos joga? A kiadó jogosult-e harmadik személy védjegyének engedély nélküli felhasználására politikai témájú cikkének reklámozására, különösen akkor, ha egy politikai életben nem szereplő védjegyjogosultnak jogos érdeke fűződhet ahhoz, hogy védjegyei ne lehessenek politikai jellegű üzenetekkel kapcsolatba hozhatóak?
3. Amennyiben a véleménynyilvánítás szabadsága és/vagy a sajtó szabadsága kiterjed harmadik személyek védjegyeinek engedély nélküli felhasználására, kiterjed-e ez a jog az így megalkotott mű kereskedelmi célú hasznosítására, azaz a védjegyet felhasználó sajtótermék üzleti céllal, gazdasági haszonszerzési szándékkal történő megjelentetésére? Kereskedelmi hasznosításnak minősül-e a grafika hetilap borítóján történő felhasználása és a hetilap nagy példányszámban történő országos értékesítése? Amennyiben a szakértői testület álláspontja szerint a kiadó jogosultan használta fel a védjegyjogosult védjegyeivel az összetéveszthetőségig hasonló megjelöléseket hetilapja borítójának elkészítéséhez a védjegyjogosult engedélye nélkül, arra is jogosult volt-e, hogy az így megalkotott művet kereskedelmi céllal hasznosítsa?
4. Az ügyben van-e egyéb olyan körülmény, amely védjegyjogi szempontból problematikussá teszi a hivatkozott védjegyek felhasználását?

III. Az Iparjogvédelmi Szakértői Testület eljárása

1. A testület az Iparjogvédelmi Szakértői Testület szervezetről és működéséről szóló 270/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet, valamint a találmányok szabadalmi oltalmáról szóló 1995. évi XXXIII. törvény (a továbbiakban: Szt.) által meghatározott feladatkörben, valamint szervezeti és eljárási rendben, a tényállásra irányadó jogszabály, a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény (a továbbiakban: Vt.) alapján alakította ki az alábbiakban kifejtésre kerülő álláspontját.
2. A jelen szakértői vélemény megállapításai és következtetései a megbízó által ismertetett tényálláson és a testület rendelkezésére bocsátott dokumentumokból megismerhető tényeken alapulnak, és csak erre a tényállásra nézve helytállóak.
3. Ez a szakértői vélemény az ügyben eljáró hatóságokat nem köti.

IV. A testület álláspontja

1. A testület elsőként azt vizsgálta meg, hogy a megbízó által ismertetett tényállás, továbbá a rendelkezésre álló dokumentumok elegendő információt tartalmaznak-e a feltett kérdések megválaszolásához.
2. A megbízó az alábbi iratokat bocsátotta a testület rendelkezésére:
 - a megbízó és jogi képviselője között létrejött általános meghatalmazás;
 - a megbízó által kiadott karakterkalauz vonatkozó oldalainak másolata;
 - „Superman” internetes szócikkek;
 - a védjegyek adatlapjai;
 - „magyarul megjelent Superman-képregények listája” internetes szócikk;
 - a kiadott képregények borítójának egy-egy másolati példánya;
 - a kiadó lapszámának egy példánya.
3. A testület a megbízó által feltett kérdéseket a rendelkezésére álló dokumentumok figyelembevételével az alábbiak szerint válaszolja meg.

A megbízás első kérdése

A kiadó által kiadott lapszám borítóján található grafika, vagyis a jellegzetes kék kosztümös férfi mellkasán látható pajzs, benne a stilizált S betűvel az összetéveszthetőségig hasonló-e a megbízó nemzeti ábrás védjegyéhez, továbbá a „stróman” felirat jellegzetes írásmódja az összetéveszthetőségig hasonló-e a megbízó SUPERMAN európai uniós ábrás védjegyéhez?

A Vt. 4. §-a (1) bekezdésének *b*) pontja szerint nem részesülhet védjegyoltalomban a megjelölés, amelyet a fogyasztók összetéveszthetnek a korábbi védjeggyel a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt.

A Vt. 4. §-ának (4) bekezdése szerint e törvény alkalmazásában az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (aszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez.

Az összetéveszthetőség való hasonlóság vizsgálatát az Európai Bíróság C-39/97 számú, a Canon-ügyben hozott előzetes döntése szerint a fogyasztóra gyakorolt összbenyomás alapján kell elvégezni. Az összevetés során meg kell vizsgálni a megjelölések vizuális, fonetikai és konceptuális hasonlóságát, valamint el kell végezni az áruk és szolgáltatások összevetését is.

A megbízó európai uniós védjegye egy „superman” felirat jellegzetes grafikai kialakításából áll, ahol a térhatású betűk egy dinamikus ív rajzolatát mutatják. A grafikai kialakításból jól kivehető dinamikus hatást erősíti a betűk eltérő mérete azzal, hogy a szókezdő betű a legnagyobb, és a betűk mérete a szó vége felé haladva folyamatosan csökken. Az ábra fekete-fehér.

A megbízó nemzeti védjegye egy ötszögbe foglalt „S” betűt tartalmazó ábrából áll, az ábra ebben az esetben is fekete-fehér kialakítású.

A megkeresés mellékletében szereplő címlap központi grafikai eleme egy kék-piros kosztümben ábrázolt erőteljes férfimellkas, amin a két kézzel szétfeszített sötét ing alatt láthatóvá válik egy ötszögbe foglalt, függőleges irányból duplán áthúzott, piros színű „S” betű. A domináns elem alatt jól felismerhetően és nagyméretű ábrázolásban jelenik meg a „stróman” térhatású felirat, alatta kisebb betűkkel szedve pedig „Álmilliárdosok és valódi vagyonok” felirat látható.

A nemzeti védjegy ábráját alapul véve mind vizuális, mind konceptuális szempontból magas szintű hasonlóság mutatkozik a címlap domináns grafikai elemével; az ötszögbe foglalt, jellegzetes kialakítású „S” ábrázolást látva a fogyasztók közvetlen kapcsolatot teremtenek a címlap és a korábbi védjegy között. Az „S” betű két függőleges vonallal történő áthúzása vagy a megjelölés színes kialakítása nem eredményez olyan eltéréseket, amelyek a korábbi védjegytől történő egyértelmű elhatárolást tudnának biztosítani. A termékkört vizsgálva megállapítható, hogy a címlap egy időszaki lap, egy magazin címlapja, amely az ilyen fajtájú áruk piaci jellegzetességeit figyelembe véve a gyári vagy kereskedelmi védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó Nizzai Megállapodás mellékletében szereplő osztályozás 16. osztályába tartozik. A nemzeti védjegy árujegyzéke a 16. osztályban tartalmazza a „folyóiratok” árukat, aminek megfelelően az áruk azonossága áll fenn.

Az európai uniós védjegy ábrája ugyan térhatású kialakítását alapul véve vizuális és konceptuális hasonlóságot mutat a címlapon szereplő „stróman” felirattal, de ennek mértéke nem éri el azt a szintet, amelynél a fogyasztók összetéveszthetnék azokat. A szóelemek első négy-öt betűjének eltérése, valamint a szavak jelentése szempontjából meghatározó nyelvi környezet („stróman” magyarul és „superman” angolul) különbségei miatt az összetéveszthetőség veszélye annak ellenére sem áll fenn, hogy ebben az esetben is bekövetkezik a szóban forgó áruk azonossága. A védjegy árujegyzéke ugyanis tartalmazza a 16. osztályban a „folyóirat” árukat. Említésre méltó, hogy a megbízó európai uniós védjegyének oltalma nem az alkalmazott betűtípusra vagy annak térbeli kialakítására biztosít oltalmat, hanem a védjegynek a fogyasztóra gyakorolt összbenyomását alapul véve a védjeggyel azonos vagy azzal az összetéveszthetőségig hasonló, későbbi, engedély nélküli védjegyhasználattal szemben. A védjegy önmagában egyébként is alkalmatlan eszköz lenne egy betűtípus jogi oltalmazására.

Felmerül ugyanakkor a kérdés, hogy ha az összetéveszthetőség való hasonlóság hagyományos értelemben vett vizsgálata nem eredményezett ütközést, akkor vajon a címlap és a korábbi európai uniós védjegy között a gondolati képzettársítás miatt fennállhat-e az összetéveszthetőség veszélye. Az Európai Bíróság C-251/95, a Puma Sabel-ügyben hozott ítélete világos iránymutatást ad a gondolati képzettársítás alkalmazhatóságának esetéről azzal, hogy önmagában a megjelölések által a fogyasztóban kiváltott asszociatív kapcsolat megléte

nem elegendő az összetéveszthetőség eléréséhez. A gondolati képzettársítás csupán abban az esetben eredményez összetéveszthetőséget, ha a fogyasztó az érintett áru vagy szolgáltatás kereskedelmi forrása között is kapcsolatot feltételez. A megkeresésben vázolt tényállásból kiindulva megállapítható, hogy a hasonló térbeli kialakítású feliratok ugyan alkalmasak arra, hogy a fogyasztóban asszociációt keltsenek, de ennek mértéke nem olyan erős, hogy annak alapján a fogyasztó az áruk közös kereskedelmi származását is feltételezné.

A védjegyek és a címlap grafikus kialakításának összevetése szempontjából az Iparjogvédelmi Szakértői Testület nem értékelte azt a körülményt a megbízó ez irányú kifejezett kérdésének hiányában, hogy a védjegyjogosult kiadványai, valamint az azok tartalmában megjelenő grafikák, különösen a mű jellegzetes karaktere, egyben szerzői jogi védelem alatt is állhatnak. A megkeresés mellékletében szereplő, a Superman képregényekről szóló szócikkek pedig önmagukban nem voltak alkalmasak annak alátámasztására, hogy a két korábbi védjegy a folyóiratárukra nézve jóhírűséget élvezne.

Összefoglalva, a címlap grafikus kialakítása alkalmas arra, hogy a fogyasztók azt összetéveszthessék a megbízó nemzeti védjegyével, de nem a megbízó európai uniós védjegyével.

A megbízás második kérdése

A véleménynyilvánítás szabadságát és/vagy a sajtószabadság gyakorlását korlátozhatja-e harmadik személy védjegyjogtalomhoz fűződő kizárólagos joga? A kiadó jogosult-e harmadik személy védjegyének engedély nélküli felhasználására politikai témájú cikkeknek reklámozására, különösen akkor, ha egy politikai életben nem szereplő védjegyjogosultnak jogos érdeke fűződhet ahhoz, hogy védjegyei ne lehessenek politikai üzenetekkel kapcsolatba hozhatóak?

Az Iparjogvédelmi Szakértői Testület indokoltan látta a kérdés megválaszolása kapcsán, ha elsőként arra hívja fel a figyelmet, hogy a védjegyjogtalom megsértésének alapvető feltétele a Vt. 12. §-ának (2) bekezdése értelmében, hogy az engedély nélküli használó a védjegyet gazdasági tevékenysége körében használja.

Elsőként tehát arra a kérdésre kell választ találni, hogy a címlapon történő védjegyhasználatnál a kiadó gazdasági tevékenysége körében használta-e a védjeggyel azonos vagy azazal az összetéveszthetőségig hasonló megjelölést? Két olyan körülmény merül fel, amelyek alapján a szóban forgó használat gazdasági tevékenység körébe tartozik. Az első az érintett árufajta jellegzetességéből fakad, tudniillik a vásárlói döntést nagyban befolyásolja, hogy mi szerepel egy időszaki lap címlapján. A címlap tartalma amellet, hogy a vezető cikk témájára utal, egyben számottevő figyelemfelkeltő hatással is bír, ami az érintett lapszám értékesítési mutatóit is befolyásolhatja. Köztudomású tény, hogy egy jól megválasztott főcím vagy képi ábrázolás fokozhatja a lap vásárlóinak számát. Ennek megfelelően ha a címlapon szereplő, a védjeggyel azonos vagy azazal az összetéveszthetőségig hasonló megjelölés hozzájárult az érintett lapszám értékesítési mutatóinak javításához, a címlap nem vonatkoztatható el a kiadó által realizált gazdasági eredménytől. A másik körülmény, ami befolyással bír a védjegyhasználat jellegének megítélésénél, hogy a szóban forgó kiadvány terjesztésének milyen

célja van. A megkereséshez mellékelt címlap adataiból megállapítható, hogy a lapot ellenérték fejében lehet megvásárolni. Az iratokból ugyan nem állapítható meg, hogy a lap értékesítési ára és annak előállításának költsége milyen arányban áll egymáshoz képest, de az eladási ár megléte önmagában arra utal, hogy a kiadó bevétel szerzése céljából jelenteti meg a lapot, ami jellegzetesen gazdasági tevékenységnek minősül.

A gazdasági tevékenység körében megvalósított, engedély nélküli védjegyhasználat körében a Vt. 15. §-a olyan kivételeket állapít meg, amikor a cselekmény mégsem minősül jogellenes használatnak. A védjegyoltalom korlátai akkor érvényesülhetnek, ha az engedély nélküli használó az üzleti tisztesség követelményeivel összhangban valósítja meg a használatot. A megkeresésben szereplő adatok között nem szerepelt olyan, amely ennek a kritériumnak a fennállását igazolta volna, ezért a védjegyoltalom korlátai nem alkalmazhatóak.

A fentiekben túl – tisztán formális logikai megközelítésben – a védjegyoltalom korlátai között kifejezetten nem szerepel a véleménynyilvánítás szabadsága és/vagy a sajtó szabadsága mint önálló kivétel. Figyelembe véve azonban azt a körülményt, hogy ezek a jogok Magyarország Alaptörvényének IX. cikkében rögzített alkotmányos alapjogoknak számítanak, ezért a szektorális jogszabályokban külön megfogalmazott kivételtől függetlenül érvényesülniük kell. A kivétel alkalmazhatósága sem válhat azonban korlátlan, nyilvánvalóan egyensúlyt kell találni a védjegyoltalomhoz fűződő érdek védelme és az érintett alkotmányos alapjogok érvényesülése között. A kivétel gyakorlatban történő alkalmazhatósága tehát felveti konkrétabb kritériumok azonosíthatóságának szükségességét, amely kritériumok segítségével a megkeresésben vázolt tényállásra vetítve megválaszolható a kivételek érvényesíthetőségének a kérdése.

Az alkalmazhatósági kritériumok jellemző forrása a normaszöveg, valamint a bíróság irányadó ítélkezési gyakorlata. Az Alaptörvény a két alkotmányos alapjog definiálásán túl további támpontot nem nyújt, ezért célszerűen a bíróságok gyakorlatában kell tovább kutakodni. A véleménynyilvánítás és/vagy a sajtószabadság kontextusában sem a hazai bírói fórumok, sem az Európai Unió Bírósága nem hozott eddig olyan irányadó védjegy jogi döntést, amelynek alkalmazása kötelező lenne, ezért indokolt kibővíteni a vizsgáldást a szellemi tulajdon védelmének más területeire is.

Az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról szóló 2001/29/EK irányelv 5. cikk (3) bekezdésének *k)* pontja szerint a tagállamok a 2. és a 3. cikkben szabályozott jogok (többszörözés és a mű nyilvánosságához közvetítésének joga) vonatkozásában az alábbi esetekben kivételeket, illetve korlátozásokat állapíthatnak meg: karikatúra, paródia vagy utánzat készítésének céljára történő felhasználás.

Az irányelv idézett szabálya ún. opcionális rendelkezés, amelynek átültetése a tagállamok számára lehetőség, de nem kötelezettség. Magyarország ugyan nem implementálta nemzeti szerzői jogába a szóban forgó kivételeket, de az Európai Unió Bíróságának a C-201/13, Dreckmyn előzetes döntés iránti ügyben hozott ítélete a jogalkalmazók számára kötelező

iránymutatást adott. Az ítélet 17. pontja rögzíti, hogy a paródia az uniós jog önálló fogalma, miután egy uniós jogi norma szövegéből fakad, ahol semmilyen utalás nem történik a nemzeti jogokra. Ezzel lényegében túl is lép az irányelv fakultatív szabálya átültetésének problematikáján. A paródia fogalma azonban jogilag nem definiált, ezért a szó hétköznapi jelentéséből kell kiindulni, ami nem más, mint egyrésztől egy létező mű felidézése az eltérések bemutatásával, másrészt a humor vagy a gúny kifejezése. A bíróság ugyanakkor az ítélet 25. pontjában arra hívja fel a figyelmet, hogy egyensúlyt kell biztosítani a tulajdon védelméhez fűződő és a véleménynyilvánítás szabadságához fűződő érdekek között, amely egyensúlyt mindig az ügy körülményeinek fényében kell megítélni. A Dreckmyn-ügy alapjául szolgáló naptár ábrája kisebbséghez tartozó személyeket ábrázolt olyan helyzetben, amely előítéletek erősítésére voltak alkalmas. Mindez alkalmas volt a faj, szín és etnikai származás alapján történő hátrányos megkülönböztetés tilalmába ütközésre, ami ellentétes az Európai Unió Alapjogi Chartájának 21. cikk (1) bekezdésében rögzített egyenlő bánásmód elvével. A jogosultnak tehát jogos érdeke fűződött ahhoz, hogy szerzői jogi védelem alatt álló művét ne lehessen ilyen üzenettel kapcsolatba hozni.

A címlap olyan tartalmi elemeket mutat fel, amelyek a magyar aktuálpolitikával és az azt övező kommunikációval, valamint közbeszéddel szoros kapcsolatban állnak. Konkrétabban megfogalmazva, a címlap azt sugallja, hogy egyes vállalkozók más, vélhetően politikai karriert folytató személyek nevében, de valójában az utóbbiak gazdasági érdekeit érvényesítve járnak el közfinanszírozású beruházások megvalósítása során. A címlap üzenete tehát erkölcsileg kifogásolható és büntetőjogilag is értékelhető cselekményekre utal, amelyek kapcsolódhatnak politikai szerepet vállaló személyekhez. A címlap ugyan konkrét személyeket nem nevez meg, ahogy konkrét cselekményeket sem ír le, és a cselekmények minősítését sem foglalja magába egyértelműen, de mindezekre közvetve mégis utal.

A kérdés tehát az, hogy a címlap üzenete alkalmas-e olyan hatás kiváltására a fogyasztókban, amely a megbízó védjegyei oltalmához fűződő érdekeinek megsértését eredményezi, és amelynek alapján a megkereső joggal kifogásolhatja az engedélye nélkül megvalósított védjegyhasználatot. A címlap erőteljes aktuálpolitikai jellege, valamint a sugallt tevékenység büntetőjogi és morális jelentéstartalma miatt megalapozottan feltehető, hogy a megbízó védjegyoltalomhoz fűződő jogai sérültek, és érvényesülésükhöz erősebb érdekek fűződnek, mint a véleménynyilvánítás vagy a sajtószabadság jogának érvényesüléséhez. Az engedély nélküli védjegyhasználatként történő értékelést erősítheti az is, hogy a megbízó kifejezett szándéka, hogy a védjeggyel ellátott áruk politikai üzenetekkel ne legyenek kapcsolatba hozhatók. A megbízó engedélye nélkül megvalósított védjegyhasználat ezzel éppen ellentétes hatást válthatott ki.

Említésre méltó körülmény továbbá, hogy a megkeresésben felvázolt tényállás szerint a kiadó cselekményével nem a megbízó gazdasági tevékenységét vagy valamely konkrét, hozzá fűzhető cselekményt kívánt parodizálni, hanem a megbízó védjegyét felhasználva másokat, politikai szereplőket céltzott meg a paródiával.

Összefoglalva: az Iparjogvédelmi Szakértői Testület második kérdésre adott válasza az, hogy a megkeresés tényállása alapján a védjegyvoltalomhoz fűződő kizárólagos jog korlátozhatja a véleménynyilvánítás szabadságát és/vagy a sajtószabadság gyakorlását.

A megbízás harmadik kérdése

Amennyiben a véleménynyilvánítás szabadsága és/vagy a sajtó szabadsága kiterjed harmadik személyek védjegyeinek engedély nélküli felhasználására, kiterjed-e ez a jog az így megalkotott mű kereskedelmi célú hasznosítására, azaz a védjegyet felhasználó sajtótermék üzleti céllal, gazdasági hasznoszerzési szándékkal történő megjelentetésére? Kereskedelmi hasznosításnak minősül-e a grafika hetilap borítóján történő felhasználása és a hetilap nagy példányszámban történő országos értékesítése? Amennyiben a szakértői testület álláspontja szerint a kiadó jogosultán használta fel a védjegyjogosult védjegyeivel összetéveszthetőségig hasonló megjelöléseket a hetilapja borítójának elkészítéséhez a védjegyjogosult engedélye nélkül, arra is jogosult volt-e, hogy az így megalkotott művet kereskedelmi céllal hasznosítsa?

A harmadik kérdés több kérdést foglal magában, ezért célszerű ezeket külön kezelni.

A második kérdésre adott válaszban a testület már kitért arra, hogy a megkeresés tényállásának keretei között a véleménynyilvánítás szabadsága és/vagy a sajtószabadság gyakorlása nem indokolta az engedély nélküli védjegyhatalmat, így a megalkotott mű gazdasági hasznoszerzést célzó felhasználása is védjegyjogokat sérthet.

A testület szintén a második kérdésre adott válaszban vizsgálta és értékelte azt a kérdést, hogy a címlapon megvalósított védjegyhatalmat kereskedelmi használatnak minősül.

Végezetül, amennyiben a címlap kialakítása a megbízó védjegyjogát sérti, úgy a mű kereskedelmi hasznosítása is jogsértőnek tekinthető. Iparjogvédelmi jog léte önmagában nem lehet akadálya a művészi alkotószabadságnak, így különösen nem valamely szerzői mű létrehozásának. Ugyanakkor a szerzői mű kereskedelmi célú felhasználása egyértelműen gazdasági tevékenység körében történő felhasználást jelent. Ha a műalkotás olyan védjegyet – vagy ahhoz az összetéveszthetőségig hasonló – megjelölést tartalmaz, amelynek használatára a szerző nem kapott engedélyt a jogosulttól, és a műalkotást a gazdasági tevékenység körében hasznosítják, akkor az a védjegyvoltalom megsértését eredményezheti.

A megbízás negyedik kérdése

Az ügyben van-e egyéb olyan körülmény, amely védjegyjogi szempontból problematikusá teszi a hivatkozott védjegyek felhasználását?

A 270/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 8. §-ának (1) bekezdése szerint az Iparjogvédelmi Szakértői Testület a feltett kérdések és benyújtott iratok alapján alakítja ki a szakértői véleményt, a tények megállapítására nem végez külön bizonyítást, nem tart helyszíni szemlét, és nem idézhető. Szükség esetén további adatok szolgáltatását kérheti a megkereső bíróságtól vagy hatóságtól, illetve a megbízótól.

A kérelemben feltett kérdések és a megbízáshoz mellékelt bizonyítékok alapján feltárható tényállás fényében nem azonosítható olyan körülmény, amely védjegyjogi szempontból – a korábbi kérdésekre adott válaszokon túl – problematikusná tenné a védjegyek felhasználását.

Dr. Csiky Péter, az eljáró tanács elnöke

Dr. Gonda Imre, az eljáró tanács előadó tagja

Dr. Baticz Csaba, az eljáró tanács szavazó tagja

* * *

SZAKÉRTŐI VÉLEMÉNY VÉDJEGYOLTALOM KÉRDÉSÉBEN

ISZT-3/2017

I. A tényállás

A megbízó igazolt jogi képviselője útján megbízással fordult az Iparjogvédelmi Szakértői Testülethez. A megbízó javára oltalom alatt áll a JUHÁSZ szóvédjegy, amelynek árujegyzékébe a 29. osztályba sorolt áruk tartoznak. A szóvédjegyet a megbízó a saját gyártású „Juháspálcika” elnevezésű virslitermékkel kapcsolatban használja, amelynek importőre és magyarországi forgalmazója.

A megbízó tudomása szerint az M cég megkezdte a „FINONIMO Juhász” virslitermékek Magyarországra történő behozatalát és különféle viszonteladókon keresztül történő forgalmazását. A FINONIMO színes ábrás védjegy bejelentésre került a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalához, amely a védjegyet lajstromozta. A védjegy árujegyzéke a nizzai osztályozás 29. osztályába tartozó termékeket egy szűk körben (húsipari termékek, ezen belül húskészítmények, vörösárúk, szárazárúk, töltelékárúk, baromfi- és sertéshústermékek) tartalmazza. A „juhász” szó a FINONIMO színes ábrás védjegy mellett sem önmagában, sem összetett kapcsolatként nem szerepel.

II. Az Iparjogvédelmi Szakértői Testületnek feltett kérdések

A megbízó az Iparjogvédelmi Szakértői Testület állásfoglalását kérte az alábbi kérdések tekintetében.

- 1. Az M cég a szóvédjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal kapcsolatosan használja, amelyek azonosak a szóvédjegy árujegyzékében szereplőkkel?*
- 2. Összetéveszthető-e a szóvédjeggyel ellátott termék és a finonimo juhászvirslitermék egymással a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága miatt, tekintettel az elnevezés és az áruosztályok azonosságára?*

A megbízás alapján a szakértői vizsgálat tárgya a következő:

- megbízó JUHÁSZ szóvédjegyének árujegyzékébe tartozó termékekkel azonosak, illetőleg azokhoz hasonlóak-e M cég által használt megjelöléssel forgalmazott termékek?
- Az M cég által forgalmazott juhászvirslis-terméken található megjelölés összetéveszthető-e a megbízó JUHÁSZ védjegyével, a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk azonossága vagy hasonlósága miatt?

III. Az Iparjogvédelmi Szakértői Testület eljárása

1. A szakértői testület az Iparjogvédelmi Szakértői Testület szervezetéről és működéséről szóló 270/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet által meghatározott feladatkörben, valamint szervezeti és eljárási rendben, a tényállásra irányadó jogszabályok, így elsősorban a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény (a továbbiakban: Vt.), valamint a tisztességtelen piaci magatartásról és a versenykorlátozásról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) vonatkozó rendelkezései alapján alakította ki az alábbiakban kifejtésre kerülő álláspontját.
2. A jelen szakértői vélemény megállapításai és következtetései a megbízó által ismertetett tényálláson és a szakértői testület rendelkezésére bocsátott dokumentumokból megismerhető tényeken alapulnak, és csak erre a tényállásra nézve helytállóak.
3. Ez a szakértői vélemény az ügyben eljáró hatóságokat nem köti.

IV. A szakértői testület álláspontja

1. A szakértői testület elsőként azt vizsgálta meg, hogy a megbízó által ismertetett tényállás, továbbá a rendelkezésre álló dokumentumok elegendő információt tartalmaznak-e a feltett kérdések megválaszolásához.
2. A megbízó a következő mellékleteket nyújtotta be a szakértői testülethez:
 - ügyvédi meghatalmazás;
 - a megbízó által forgalmazott „Juhász pálcika” termék csomagolásának a fényképe;
 - a JUHÁSZ védjegynek a hivatal online adatbázisából nyomtatott adatlapja;
 - az M cég által forgalmazott „FINONIMO juhász” névvel forgalmazott termék csomagolásának a fényképe.
3. A szakértői testület megállapította, hogy a megbízó által előadottak, valamint a mellékelt dokumentumok alapján a feltett kérdések megválaszolhatók.

A megbízás első kérdése

Az M cég a szóvédjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal kapcsolatosan használja, amelyek azonosak a szóvédjegy árujegyzékében szereplőkkel?

A feltett kérdés megválaszolásához elsőként a megbízó védjegyének oltalmi körét kell áttekinteni.

A megbízó javára oltalom alatt áll a JUHÁSZ szóvédjegy. A védjegy árujegyzékébe a nizzai osztályozás 29. osztályába sorolt „*Friss és fagyasztott marha-, sertés- és baromfihús; hústermékek teljes választéka, főként vagdalt hús, hentesáruk, főtt termékek, fermentált szalámik penészbevonattal vagy anélkül, sonka, nem hőkezelt húsok, füstölt húsok; tartósított hústermékek, főként előkészített konzervételek, húskonzerv, pástétomkonzerv, sonkakonzerv, kolbászkonzerv, virslikonzerv; kolbász, virsli*” termékek tartoznak.

Az Iparjogvédelmi Szakértői Testület részére rendelkezésre bocsátott, az M cég által forgalmazott „FINONIMO juhász” névvel forgalmazott termék csomagolásának fényképe egy virsli termék csomagolását ábrázolja, amelyen felül megjelenik a „Finonimo Juhász virsli”, egy keretbe illesztett sötét háttérrel az „abc szuper” és alább egy hullámos kialakítású, szintén sötét háttérű részben a „Finonimo” felirat. A csomagolás továbbá a virsli termékek ábrázolását tartalmazza a gyártó és a termék fogyasztói árának feltüntetésével.

Az M cég által „FINONIMO juhász” névvel forgalmazott termék csomagolásának fényképe és a megbízó szóvédjegye oltalmi körének elemzése során megállapítható, hogy az M cég virsli termékkel kapcsolatban használja a JUHÁSZ szóvédjegyet, amely azonos a megbízó szóvédjegyének árujegyzékébe tartozó virsli termékkel. A testület a megjelölések azonosságának, illetve hasonlóságának, továbbá az áruhasonlóságnak a kérdéskörét a megbízó második kérdésére adott válaszában elemzi.

A megbízás második kérdése

Összetéveszhető-e a szóvédjeggyel ellátott termék és a FINONIMO juhászvirsli-termék egymással a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága miatt, tekintettel az elnevezés és az áruosztályok azonosságára?

A feltett kérdés megválaszolásához elsőként a védjegyoltalomból eredő jogok tartalmát kell megvizsgálni.

A Vt. 12. §-ának (1) bekezdése szerint a védjegyoltalom alapján a védjegyjogosultnak kizárólagos joga van a védjegy használatára.

A Vt. 12. §-ának (2) bekezdése szerint a kizárólagos használati jog alapján a védjegyjogosult bárkivel szemben felléphet, aki az engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ

- a) a védjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplőkkel;
- b) olyan megjelölést, amelyet a fogyasztók a védjeggyel összetéveszhetnek a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; vagy
- c) a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést a védjegy árujegyzékében szereplőkkel nem azonos vagy azokhoz nem hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal

kapcsolatban, feltéve, hogy a védjegy belföldön jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét.

A Vt. 12. §-ának (3) bekezdése szerint a (2) bekezdésben szabályozott feltételek megvalósulása esetén tilos különösen

- a) a megjelölés elhelyezése az árun vagy csomagolásán;
- b) a megjelölést hordozó áru forgalomba hozatala, eladásra való felkínálása, valamint forgalomba hozatal céljából történő raktáron tartása;
- c) szolgáltatás nyújtása vagy annak felajánlása a megjelölés alatt;
- d) a megjelölést hordozó áruknak az országba történő behozatala vagy onnét történő kivitele;
- e) a megjelölés használata az üzleti levelezésben vagy a reklámozásban.

A Vt. 27. §-ának (1) bekezdése szerint védjegybitorlást követ el, aki a 12. §-ban foglalt rendelkezések megsértésével a védjegyet jogosulatlanul használja.

A védjegyjogi összetéveszthetőségről a Vt. 4. § (1) bekezdésének *b*) pontja, valamint a Vt. 4. §-ának (4) bekezdése tartalmaz rendelkezéseket.

A Vt. 4. § (1) bekezdésének *b*) pontja szerint nem részesülhet védjegyoltalomban a megjelölés, amelyet a fogyasztók összetéveszthetnek a korábbi védjeggyel a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt.

Az idézett jogszabályhelyek alapján megállapítható, hogy a védjegyjogosult az oltalom alapján nem csupán a védjegyével azonos megjelölés használatával szemben léphet fel, hanem az olyan esetekben is érvényesítheti e jogait, amikor az engedélye nélkül történő használat a védjegyéhez képest az összetéveszthetőségig hasonló megjelölésre nézve valószínűleg.

Az összetéveszthetőségig való hasonlóság vizsgálatát az Európai Bíróság C-39/97 számú, a Canon-ügyben hozott előzetes döntéshozatali eljárásban hozott ítélete szerint a fogyasztóra gyakorolt összbnyomás alapján kell elvégezni. A vizsgálat során ki kell térni arra, hogy a védjegyek vizuálisan, fonetikusán, illetve konceptuálisan mennyire hasonlóak, és ez a hasonlóság eléri-e az összetéveszthetőség szintjét. Az összetéveszthetőség kérdésének elbírálásánál a védjegyek domináns elemeit kell összevetni egymással, és ennek során figyelembe kell venni az adott esetben relevánsnak tekinthető fogyasztói kört is, valamint a megjelölések megkülönböztetőképességének a fokát.

Az Európai Bíróság C-432/97 számú, a Lloyd-ügyben hozott döntése rámutat arra, hogy az átlagfogyasztónak ritkán nyílik alkalma a védjegyek közvetlen összehasonlítására, ezért az emlékezetében élő pontatlan képre, információra támaszkodik. Mindezek mellett tekintettel kell lenni arra is, hogy a fogyasztói figyelem szintje függ az érintett áruk és szolgáltatások típusától.

Az összetéveszthetőség megállapításához továbbá a védjegyek árujegyzéke között is azonoságnak vagy legalább hasonlóságnak kell fennállnia. Az összetéveszthetőség vizsgálata során ezért az árujegyzékek összevetését is el kell végezni. Az árujegyzék vizsgálatánál nem csak azt kell vizsgálni, hogy a védjegyek árujegyzékébe tartozó termékek, illetve szolgáltatások azonos osztályba vannak-e sorolva, hanem felhasználási, rendeltetési szempontból való hasonlóságukat is vizsgálni kell.

Az árujegyzékek vizsgálata során az Iparjogvédelmi Szakértői Testület az Európai Bíróság C-39/97 számú, a Canon-ügyben hozott döntésére is támaszkodik, amelynek 23. bekezdése szerint a hasonlóság megítélésekor az adott áruk és szolgáltatások valamennyi releváns jellemzőjét figyelembe kell venni. Különös jelentőséggel bír e körben azok természete, a végfogyasztók köre, a használatuk módja, valamint az, hogy az összevetetett áruk, szolgáltatások a piacon egymással versenyeznek-e, esetleg egymást kiegészítik.

Bár a jelen ügyben a megbízó nem elsősorban a megbízásban hivatkozott két védjegy összetéveszthetőségének tárgyában kért állásfoglalást, a hivatkozott törvényhelyek kapcsán kialakított gyakorlat és szempontrendszer a termékek összetéveszthetőségének vizsgálata kapcsán is megfelelően alkalmazható.

Az M cég javára oltalom alatt áll a FINONIMO színes ábrás védjegy. A védjegy árujegyzéke a nizzai osztályozás 16. osztályába tartozó „*papírból és kartonból készült csomagolóanyagok, csomagolásra szolgáló műanyagok*” termékeket, illetve a 29. osztályába tartozó termékeket egy szűk körben, „*[h]úsipari termékek, ezen belül húskészítmények, vörösáruk, szárászárak, töltelékárak, baromfi és sertéshús termékek*” tartalmazza.

Elsőként az oltalom alatt álló védjegyeket összevetve az állapítható meg, hogy a megbízó korábbi elsőbbségű JUHÁSZ szóvédjegye és az M cég későbbi elsőbbségű FINONIMO színes ábrás védjegye semmiféle közös elemet nem tartalmaz. A színes ábrás védjegy a színnek kombinációja, a húsipari termékek jellegzetes ábrázolása, továbbá a védjegy domináns elemének tekinthető, hullámos zöld háttérben elhelyezkedő „Finonimo” felirat mellett nem tartalmazza a „juhász” szót, illetve a „juhász” szó semmilyen összetett szókapcsolatként nem található meg a színes ábrás védjegyben, továbbá az nem tartalmaz olyan utalást, amely révén akár fonetikai, vizuális vagy jelentéstartalmi szempontból felmerülne, hogy bármiféle kapcsolatban állna a megbízó szóvédjegyével. Megállapítható tehát, hogy bár az árujegyzékek között – különösen a 29. osztály tekintetében – részben egyezés, illetve magas fokú hasonlóság áll fenn, a megjelölések különbözősége okán a védjegyek összetéveszthetőségének a veszélye nem merül fel.

A termékek megjelenésének vizsgálata körében a termékekről készült fényképek alapján megállapítható, hogy a megbízó által alkalmazott csomagoláson a címke középső részén a javára oltalom alatt álló JUHÁSZ szóvédjegy jelenik meg jellegzetes írásmóddal. E fölött a „Kostelecké uzenniny” felirat és egy virslit fogyasztó férfi fejének az ábrázolása jelenik meg, alatta pedig a termék csomagolásán a „pálcika” szó helyezkedik el egy sötét színű, a csomagoláson keresztbe futó szalagon.

Az M cég terméke ehhez képest egy virslitermék csomagolását ábrázolja, amelyen felül megjelenik a „Finonimo Juhász virsli”, egy keretbe illesztett sötét háttérrel az „abc szuper” és alább egy hullámos kialakítású, szintén sötét háttérű részben a „Finonimo” felirat. A csomagolás továbbá a virslitermékek ábrázolását tartalmazza a gyártó és a termék fogyasztói árának feltüntetésével.

A termékeket összevetve arra a következtetésre lehet jutni, hogy habár a két termék csomagolása az ábrák elemeinek kialakítása és az alkalmazott feliratok révén mutat eltéréseket, a megbízó által forgalmazott termék csomagolásának domináns elemét képezi a „juhász” szó, amely ugyan eltérő írásmóddal, de egy az egyben megjelenik az M cég termékének a csomagolásán. A termékek között így az összetéveszthetőség veszélye fennáll, mivel a két termék rendeltetése, fogyasztói köre azonosnak tekinthető, és az is vélelmezhető, hogy az összevetett áruk a piacon versenyeznek egymással, ezért a fogyasztók alappal feltételezhetik, hogy a két termék előállítója ugyanaz a cég.

Önmagában az a körülmény, hogy az M cég színes ábrás védjegye egyes elemeinek a használatával forgalmazza a terméket, és a megbízó javára védjegyoltalom alatt álló JUHÁSZ szót a „Finonimo” megjelöléssel kombináltan használja, nem változtat a helyzet megítélésén. A JUHÁSZ szó ugyanis nem a termék fajtájának a megjelölése, hanem önálló, megkülönböztetőképeséggel rendelkező védjegy, így az M cég arra sem hivatkozhat, hogy a saját védjegye mellett csupán a termék fajtájára utaló megjelölést használ.

Hangsúlyozni kell, hogy a termékek csomagolásán látható, megkülönböztetőképeséggel nem bíró ábrás kialakítás ugyan általában a védjegyoltalom részét képezheti, tekintve azonban, hogy a védjegyoltalomból fakadó kizárólagos használati jog a megjelölés összességére vonatkozik, az alapján a védjegyjogosult nem tilthat el más piaci szereplőket megkülönböztető jelleggel nem rendelkező elemek használatától.

Összességében megállapítható tehát, hogy az M cég azzal, hogy az általa forgalmazott, a megbízó védjegyének árujegyzékébe tartozókkal részben azonos, részben hasonló termékekkel kapcsolatban a megbízó JUHÁSZ szóvédjegyét tüntette fel, a Vt. 27. §-ának (1) bekezdése szerint – a Vt. 12. §-a (3) bekezdésének *a)* és *b)* pontjában foglaltak alapján – jogosulatlanul használta a megbízó védjegyét, ezért védjegybitorlást követhetett el.

Dr. Gonda Imre, az eljáró tanács elnöke

Dr. Csiky Péter, az eljáró tanács előadó tagja

Dr. Cserhátiné dr. Füzesi Krisztina, az eljáró tanács szavazó tagja

Összeállította: dr. Cserhátiné dr. Füzesi Krisztina