

A védjegy megkülönböztető képességének megszerzése

I. BEVEZETŐ

A védjegy általánosan bevett felfogásunk szerint a vállalat- és árujelzők csoportjába tartozik, azoknak gyakorlati jelentőségét tekintve a legfontosabb fajtája. A védjegy a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény (a továbbiakban Vt.) 1.§ (1) bekezdése szerint olyan grafikailag ábrázolható megjelölés, amely alkalmas arra, hogy valamely árut vagy szolgáltatást megkülönböztessen mások áruitól vagy szolgáltatásaitól. Egyfajta megjelölésről van szó tehát, amely sok esetben az általános nevektől több tekintetben különböző elnevezés: egyfelől a védjegynek mint megjelölésnek a hatósági regisztrációhoz szigorúbb feltételeknek kell megfelelnie, mint egy természetes vagy jogi személy nevének, másfelől a védjegy alapjául szolgáló megjelölés nemcsak verbális jellegű lehet.

A szigorúbb feltételek közül a fontosabb a már említett grafikai ábrázolhatóság; ehhez kapcsolódik további feltételként az, hogy a védjegy alapjául szolgáló megjelölésnek megkülönböztető erővel kell bírnia a védjegybejelentésben megjelölt árujegyzékbe tartozó áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában.

Ez a megkülönböztető és egyben azonosító képesség sok esetben egyértelműen megvan a lajstromozásra bejelentett megjelölésekben, más esetekben viszont nyilvánvalóan hiányzik. Az ilyen esetekben az elbírálásra jogosult hatóság – Magyarországon a Magyar Szabadalmi Hivatal (a továbbiakban MSZH) – döntése viszonylag egyszerű. Vannak azonban olyan esetek is, amikor a bejelentett megjelölés megítélése kérdéses, mert alapvetően hiányzik a megjelölés megkülönböztető képessége, azonban a bejelentés időpontjáig, esetleg az elbírálás időpontjáig a bejelentő már elég hosszú ideje használta tevékenysége során ahhoz, hogy a fogyasztók a megjelölést összekapcsolhassák az adott bejelentő termékével vagy szolgáltatásával. Mi több, létezik az előbbieken leírt jelenség logikai fordítottja is: egy már lajstromozott védjegy idővel elveszítheti megkülönböztető képességét, mert olyan módon kezdik el használni – elsősorban a verbális kommunikációban –, amely jelentéstartalmában már nem korlátozódik a védjegyjogosult árujára vagy szolgáltatására.

Dolgozatomban az előbbi jelenség részletes bemutatását kísérem meg gyakorlati példákkal illusztrálva.

II. A VÉDJEGY MEGKÜLÖNBÖZTETŐ KÉPESSÉGE MINT AZ OLTALOM-KÉPESSÉG FELTÉTELE

1. Azt, hogy egy megjelölés mikor rendelkezik megkülönböztető képességgel, általános jelleggel pontosan nem lehet meghatározni. Ez a képesség térbeli, időbeli, nyelvi és számos egyéb tényezőtől függhet, és nyilvánvalóan más jelent egy összetett ábra, mint egy dallam vagy akár egy kizárólag számkarakterekből álló megjelölés esetében.

A Vt. is csak arra vállalkozik, hogy példálózó jelleggel meghatározza, mikor hiányzik a megkülönböztető képesség. Így a megjelölés különösen nem alkalmas a megkülönböztetésre, ha kizárólag olyan jelekből vagy adatokból áll, amelyeket a forgalomban az áru vagy a szolgáltatás fajtája, minősége, mennyisége, rendeltetése, értéke, földrajzi származása, előállítási vagy teljesítési ideje, illetve egyéb jellemzője feltüntetésére használhatnak, vagy pedig amelyeket az általános nyelvhasználatban, illetve az üzleti kapcsolatokban állandóan és szokásosan alkalmaznak.^[1]

A közösségi védjegyrendelet^[2] 4. cikke szintén a grafikai ábrázolhatóságot és a megkülönböztető képességet határozza meg a védjegyoltalom kritériumaiként. A megkülönböztető képesség hiányát a 7. cikkben a Vt.-vel azonos módon jellemzi.

Az tehát, hogy egy konkrét megjelölés rendelkezik-e vagy sem megkülönböztető képességgel, mindig csak a konkrét eset vizsgálata során dönthető el. Ezt a vizsgálatot az MSZH a Vt. alapján folytatja le, a vizsgálat eredményeképpen pedig vagy lajstromozza a védjegyet, vagy pedig elutasítja a bejelentést.^[3]

2. A megkülönböztető képesség hiányának több különböző joghatása van attól függően, hogy az a bejelentésben feltüntetett megjelölés vagy a már lajstromozott védjegy kapcsán merül fel.

2.1 Amennyiben a védjegybejelentésben szereplő megjelölés nem rendelkezik megkülönböztető képességgel, akkor az MSZH elutasítja a bejelentést, hiszen ebben az esetben hiányzik a lajstromozhatóság egyik feltétele.^[4]

2.2 Amennyiben viszont lajstromozott védjeggyel összefüggésben merül fel, hogy a lajstromozást követően elvesztette megkülönböztető képességét, akkor ez a védjegyoltalom megszűnésének egyik esetét jelenti.^[5] A védjegyoltalom a megjelölés megkülönböztető képességének elvesztése miatt teljes körűen, vagy az árujegyzékben meghatározott egyes áruk, illetve szolgáltatások tekintetében

[1] Vt. 2.§ (2) bekezdés a) pont

[2] Az Európai Unió Tanácsa 207/2009/EK rendelete a közösségi védjegyről

[3] A megkülönböztető képesség hiánya úgynevezett abszolút kizáró ok, amelynek fennállását az MSZH hivatalból vizsgálja.

[4] A Vt. 64.§ (1) bekezdése körében.

[5] Vt. 30.§ e) pont és 35.§ (1) bekezdés a) pont

részlegesen szűnik meg, attól függően, hogy a megszűnési ok az árujegyzék egészét vagy csak az áruk, illetve szolgáltatások egy részét érinti.^[6]

Az említett megszűnés megállapításához kérelemre induló eljárás lefolytatása szükséges. A védjegyoltalom megszűnésének megállapítását a védjegy megkülönböztető képességének elvesztése miatt a védjegyjogosulttal szemben bárki kérheti.^[7] A védjegyoltalomnak a megkülönböztető képesség elvesztése miatti teljes körű vagy részleges megszűnését be kell jegyezni a védjegylajstromba, és arról hatósági tájékoztatást kell közölni az MSZH hivatalos lapjában.^[8]

2.3 Elvileg az is lehetséges, hogy a lajstromozott védjegy már a bejelentése napján sem rendelkezett megkülönböztető képességgel, ennek ellenére sor került a lajstromozására. Ilyen esetben a védjegy törlésére van lehetőség,^[9] amely esetben a védjegyoltalom nem a jövőre nézve, hanem keletkezésének időpontjára visszaható hatállyal szűnik meg. A kérelemre induló törlési eljárás az MSZH előtt hasonló szabályok szerint folyik, mint a megszűnés megállapítására irányuló eljárás.

A fent említett 2.1-2.3 esetekben az MSZH határozatával szemben megváltoztatási kérelemnek van helye, amelyet a Fővárosi Bíróság bírál el. A Fővárosi Bíróság végzésével szemben a Fővárosi Ítéltáblához lehet fellebbezni. Végső esetben tehát a bíróság dönthet a megkülönböztető képesség meglétéről.

A folytatásban részletesen bemutatom a védjegy megkülönböztető képességének megszerzésével kapcsolatos hivatali és bírósági gyakorlatot.

III. A VÉDJEGY MEGKÜLÖNBÖZTETŐ KÉPESSÉGÉNEK MEGSZERZÉSE

A védjegy megkülönböztető képességének megszerzése azt jelenti, hogy a védjegy-bejelentésben feltüntetett megjelölés a bejelentés napján a Vt. 2.§ (2) bekezdésének a) pontjában jellemzett okokból^[10] formálisan nem rendelkezik ugyan megkülönböztető képességgel, de az érdemi vizsgálat során megállapítható, hogy a megjelölés a tényleges használat által már megszerezte ezt a képességet. Ennek lehetőségéről a Vt. külön is rendelkezik.^[11]

Az ilyen megjelölés esetében az MSZH akkor tudja a bejelentő számára kedvezően elbírálni a bejelentést, ha a bejelentő bizonyítja, hogy a megkülönböztető

[6] Vt. 35.§ (2) bekezdés

[7] Vt. 75.§ (1) bekezdés

[8] Vt. 76.§ (5) bekezdés

[9] Vt. 33.§ (1) bekezdés a) pont

[10] Lásd a II. 1. pontban

[11] A Vt. 2.§ (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés a) pontja alapján a megjelölés nincs kizárva a védjegyoltalomból, ha használata révén – akár az elsőbbség időpontja előtt, akár azt követően – megszerezte a megkülönböztető képességet.

Ez a jogintézmény a magyar védjegyjogban a Vt. hatályba lépésekor jelent meg, amely törvény a tagállamok védjegyjogainak harmonizációjáról szóló 89/104/EGK EU irányelvnek megfelelő szabályozást ültetett a magyar jogba.

képességgel egyébként nem rendelkező megjelölés a bejelentés, de legkésőbb az elbírálás napjáig megszerezte a megkülönböztető képességet.

Ehhez olyan bizonyítékok előterjesztésére van szükség, amelyek bizonyítják, hogy a bejelentő

- a bejelentésben feltüntetett megjelölést (és nem valamely attól eltérő megjelölést),
- Magyarországon,
- a bejelentésben megjelölt árujegyzékben szereplő áruk vagy szolgáltatásokkal összefüggésben,
- a bejelentést megelőzően vagy a későbbiekben

használta, és ezen használat eredményképpen az áruk vagy szolgáltatások kellően nagyszámú célközönsége (jellemzően a fogyasztók érintett köre) összekapcsolja a megjelölést az azt hordozó áruval vagy szolgáltatással.

Arra természetesen nem adható általános szabály, hogy milyen időtartamú vagy jellegű használat eredményezheti a megkülönböztető képesség megszerzését. Ez függ a megjelölés és használata jellegétől, a használat intenzitásától stb. Emiatt az MSZH minden esetben egyedileg mérlegeli a megkülönböztető képesség meglétét és ezen keresztül az oltalomképességet.

Az erre vonatkozó bizonyíték jellege, természete a bejelentőtől függ, de a megjelölés függvényében ilyenek lehetnek gazdasági, kereskedelmi vagy fogyasztói szervezetek felmérései, kutatási eredményei, termékminták, ismertető, reklámkiadványok, és különösen olyan hivatalos eljárások iratai, amelyekben a bejelentő sikerrel követelte magának vagy védte meg a megjelölést mással szemben (például megnyert névbitorlási perben hozott ítélet).

Az Európai Bíróság a C-108/97 és C-109/97 számú CHIEMSEE ügyben foglalkozott ezzel a kérdéssel. A hivatkozott ügyekben hozott döntéseinek 49. és 51. pontjai szerint a megkülönböztető képesség megszerzésének vizsgálatakor releváns körülmény lehet: a megjelöléssel ellátott áru vagy szolgáltatás piaci részesedése; a megjelölés használatának intenzitása, földrajzi kiterjedése és időtartama; a használónak a megjelöléssel ellátott áru vagy szolgáltatás népszerűsítésére fordított kiadásai; azon fogyasztóknak az aránya a releváns fogyasztói körön belül, akik a megjelölést a használóval azonosítják.

A megkülönböztető képesség megszerzése a megjelölés huzamos, kiterjedt használata útján, széles körű reklámozással (televízió, rádió, internet, újságok, óriásplakátok) történhet. A bejelentési eljárásban vizsgálni kell, hogy a megjelölést a bejelentő rendszeresen, védjegyszerűen, a megkülönböztető képesség megszerzésére alkalmas módon használta-e, illetve azt is, hogy valóban kizárólag a bejelentő nevéhez kötődött-e a használat.

A következőkben jól ismert védjegyekkel illusztrálom a tárgyalt jelenséget.

1. Absolut Vodka

Az Absolut Vodka jól ismert márkanév, ha egy vendég ilyen italt kér a bárban, minden pincér azonnal tudni fogja, hogy mi az a konkrét termék, amelyet a vendég fogyasztani szeretne. Ekkor azonban valószínűleg egyikükben sem merül fel az, hogy a nevezett ital elnevezéséhez milyen védjegyjogi kérdés kapcsolódik.

Az Absolut Vodka által felvetett probléma lényege az, hogy a szóösszetétel egyik eleme sem rendelkezik megkülönböztető képességgel. A vodka szó fajtánév, a tömény szeszes italok egyik fajtáját jelöli. (A vodka szláv eredetű szó, jelentése eredetileg víz.^[12]) Az abszolút (absolutus) szó latin eredetű, jelentése teljes, tökéletes, semmitől sem függő, korlátlan; az égetett szeszes italokkal összefüggésben a tisztaság, a magas minőség jelzésként használatos, leíró jellegű kifejezés. Mindkét szó vonatkozásában megállapítható, hogy a Vt. 2.§ (2) bekezdésének a) pontja szerint nem rendelkezik megkülönböztető képességgel.

A szóösszetétel mindezek alapján ugyanakkor párhuzamba állítható olyan jelzős szerkezetekkel, mint a zsírszegény tej, a barna kenyér vagy éppen a világos sör.

Ezzel a kérdéssel az Európai Bíróság is foglalkozott. A T-19/99. számú COMPANYLINE ügy 26. pontjában a következőket mondta ki a szavak megkülönböztető képessége kapcsán: két kifejezés grafikai vagy szemantikai módosulás nélküli összekapcsolása nem nyújt olyan többletet, amely alkalmassá tenné a megjelölés egészét arra, hogy e többlet által meg lehessen különböztetni a felperes szolgáltatásait más vállalkozások szolgáltatásaitól. Az a körülmény, hogy a szó ebben a formában – akár egybe-, akár különírva – nem szerepel a szótárakban, semmiképpen nem változtat a megítélésén.

Ha egy védjegy szóelemek összetételéből képzett új szóból áll, amely elemek mindegyike leíró azon áruk, illetve szolgáltatások vonatkozásában, amelyekre nézve a bejegyzést kérik, úgy az leíró jellegűnek minősül, hacsak nincs észlelhető különbség az új szóösszetétel és az (azt alkotó) elemek egyszerű összegezése között, azaz a szóösszetétel szokatlansága az adott termékek, illetve szolgáltatások vonatkozásában olyan új szó benyomását kelti, amely kellőképpen távol áll attól, hogy az (új) szóösszetétel részeinek pusztá összetétele legyen.

Az Európai Bíróságnak a BIOMILD ügyben (C-265/00) hozott előzetes döntése értelmében pedig főszabály szerint az egyenként valamely árujellemezőt leíró elemek kombinációja önmagában is leíró jellegű marad, még akkor is, ha a kombináció folytán új kifejezés (neologizmus) keletkezik. Pusztán a szóban forgó elemek egymás mellé helyezése anélkül, hogy szokatlan – különösen szintaktikus vagy jelentésbeli – változtatás történne, nem eredményezheti a leíró jelleg feloldását. A szóösszetétel ugyanakkor oltalomképes lehet, feltéve, hogy az adott árukkal való összefüggésben olyan szokatlan természetű, hogy az általa teremtett benyomás kellő mértékben eltávolodik attól, amelyet az egyes

[12] Lásd: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/631781/vodka> (utoljára látogatva: 2010.07.09.)

elemek pusztá egymás mellé helyezése kelt. Szóvédjegy esetében e feltételnek a védjegy által mind hallás, mind rátekintés útján kialakuló benyomás tekintetében teljesülnie kell. Mindezek alapján egy több elemből álló új kifejezés, amelynek valamennyi eleme leíró jellegű, összességében is leíró jellegű marad, kivéve, ha az új kifejezés és az azt alkotó egyes elemek pusztá összessége között érzékelhető különbség van. A leíró jelleg vizsgálatakor nem bír jelentőséggel, hogy ugyanazon árujellemzőket más rokon értelmű szavakkal is lehet-e jelölni vagy sem.

Következésképpen az abszolút vodka mint szóösszetétel sem bírna megkülönböztető képességgel az alábbi sajátos körülmények hiányában.

A védjegylajstromban jelenleg nyolc olyan védjegy található, amely az Absolut Vodkához kapcsolható; ezek közül a 143494 lajstromszámú az ABSOLUT szóvédjegy, a többi pedig ábrás védjegy (köztük az alább középpontba kerülő 136474 lajstromszámú^[13]), a védjegyek jogosultja a svéd V&S Vin & Sprit Aktiebolag, az általam a 33. áruosztályra^[14] vonatkozik.

A magyarázatot 136474 lajstromszámú védjeggyel kapcsolatosan indult törlési eljárásban adta meg az MSZH. Fontos megemlíteni, hogy a törlési eljárás még 1995-ben indult, így rá a védjegyről szóló 1969. évi IX. törvényt kellett alkalmazni. Ez a korábban hatályos védjegy-törvény még nem ismerte a hatályos Vt. 2.§ (3) bekezdésében külön szabályozott, a megkülönböztető képességnek a használat útján történő megszerezhetőségét. Ettől függetlenül azonban a törlési eljárásban meghozott határozat és annak indoklása a hatályos Vt.-vel összhangban van az alábbiak szerint.

A hivatkozott ábrás védjeggyel szemben – amely egyébként pontosan az *ABSOLUT Country of Sweden VODKA* szöveges elemet tartalmazza – a kérelmező azon az alapon indított törlési eljárást, hogy a védjegynek nincs megkülönböztető képessége, mert kizárólag az áru fajtáját, minőségét, származási helyét tünteti fel. Hivatkozott arra, hogy az abszolút szó – amely a védjegy domináns eleme – az áru minőségére utal, a vodka szó az áru fajtáját jelöli, a Country of Sweden kifejezés az áru származási helyét jelöli, illetve a védjegy kizárólagos használata sérti a versenytársak érdekét. Álláspontja szerint a védjegy semmiféle grafikai megoldást nem tartalmaz, a betűknek nincs jellegzetes kialakítása, a védjegy nem elégíti ki az ábrás védjegy fogalmát, megkülönböztető képessége csak a palack egészének van, maga a védjegyet alkotó kifejezés önmagában nem oltalomképes.

A védjegyjogosult szerint a védjegy jellegzetes kialakítású, megkülönböztető képességgel rendelkezik. Álláspontja szerint a védjegy ábrás védjegy, amelyet nem lehet elemeire bontani, hanem egészében kell vizsgálni, továbbá a védjeggyel ellátott termék Magyarországon és a világ más országaiban is széles körben ismert.

Az MSZH a támadott védjegy megkülönböztető képességének vizsgálata során megállapította, hogy *a védjegy alapjául szolgáló megjelölést ebben a formájában*

[13] Lásd az 1. ábrán.

[14] Alkoholtartalmú italok (a sörök kivételével).

évtizedek óta, származási országában több mint száz éve használja a védjegyjogosult. Magyarországon ez a védjegy, illetve a védjeggyel ellátott termékek szintén évtizedek óta ismertek, jó reputációval rendelkeznek. Ez a megjelölés így összességében a megkülönböztető képességet megszerezte, megkülönböztetésre alkalmas, tehát a kérelmező által megjelölt okból a védjegy nem törölhető.

A határozatból látható, hogy az MSZH gyakorlatában már a Vt. hatályba lépése előtt is érvényesült a megkülönböztető képesség használat útján történő megszerzhetősége, a Vt. rendelkezései ugyanezen tényállás alapján hasonló határozat meghozatalát tették volna lehetővé azzal a különbséggel, hogy az MSZH törlési kérelmet elutasító határozatát a Vt. 2.§ (3) bekezdésére alapította volna.

Ki kell emelni, hogy az abszolút vodka szóösszetétel szóvédjegyként nem létezik. Ez a szóösszetétel csak ábrás védjegyeken szerepel, a már hivatkozott 143494 lajstromszámú szóvédjegy pedig csak az önálló „ABSOLUT” szóra vonatkozik. Ennek azért van jelentősége, mert az ábrás védjegyek a grafikai ábrázolhatóság terén előnyben vannak a pusztán szavakból álló védjegyekkel szemben, hiszen a nem verbális elemek (színek, díszítések, alakzatok stb.) jelentős megkülönböztető erővel bírhatnak. Emiatt elképzelhető, hogy az olyan ábrás megjelölés, amelynek verbális eleme önmagában nem rendelkezik megkülönböztető képességgel, mégis lajstromozható, mert az ábrás elemek által hozzáadott vizuális többlet biztosítja a megkülönböztető képességet.

2. T-COM

Az egyedi színek problematikája a megjelölések megkülönböztető képessége kapcsán meglehetősen ritka és különleges. Erre példa a 194646 lajstromszámú védjegy, amelynek a Deutsche Telekom a jogosultja.^[15] Ez a védjegy a védjegyjog-sulthoz tartozó cégek (T-Com, T-Mobile stb.) reklámjaiból ismert magenta (bíborvörös) szín. Ezen védjegy lajstromozásának érdekes előtörténete van, amely arra mutat rá, hogy a megjelölés használata útján viszonylag rövid időn belül megszerzhető a megkülönböztető képesség még akkor is, ha korábban ennek a hiánya miatt még jogerősen elutasították a megjelölés bejelentését.

A hivatkozott számon lajstromozott védjegy bejelentését megelőzően M9803741 ügyszám alatt folyt bejelentési eljárásban az MSZH elutasította a magenta szín lajstromozását 2001-ben. Noha a bejelentő Deutsche Telekom AG. kifejtette, hogy olyan különleges színt választott bejelentése tárgyául, amely önmagában is alkalmas megkülönböztetésre, és színmegjelölése megkülönböztető képességét a tényleges használat révén erősítette, az MSZH álláspontja szerint a magenta szín ekkor nem volt védjegyoltalomban részesíthető. Az elutasító határozat szerint *a kérdéses szín az üzleti kapcsolatokban általánosan és szokásosan használatos. A színek önmagukban általában nem rendelkeznek megkülönböztető képességgel, mivel jellemzően dekorációs céllal vagy háttérként jelennek meg, jellegük általán-*

[15] Árujegyzékében a 9., 38. és 42. osztályok szerepelnek.

nos és nem szembeötlő, továbbá bármely kereskedő által szabadon használható. A fogyasztó előzetes ismeretek nélkül nem talál összefüggést egy termékszín vagy csomagolásszín és a termék eredete között. Bár a Vt. a lajstromozható megjelölések között nevesíti a szín megjelölést is, de ez csak akkor lehetséges, ha egyéb oltalomképeségi feltételek is teljesülnek, például rendelkezik az adott szín megkülönböztető képességgel. Ezt a képességet hosszú távú intenzív használattal meg lehet szerezni, de ezt a bejelentőnek igazolnia kell – erre pedig nem került sor a magenta színnel összefüggésben.

A bejelentő megváltoztatási kérelemmel fordult a Fővárosi Bírósághoz. Álláspontja szerint a magenta szín olyan ritka színmegjelölés, amelyet az árujegyzék áruai és szolgáltatásai tekintetében a megkülönböztető képesség igényével a bejelentőn kívül más nem használ. Hivatkozott arra is, hogy megjelölése Németországban és az Európai Unióban a megkülönböztető képesség igazolása nélkül is védjegyvoltalomban részesült.

A bíróság nem osztotta a kérelmező álláspontját és elutasította a megváltoztatási kérelmet.^[16] Indoklásában kifejtette, hogy *az önmagában egy színből álló megjelölésnek az oltalomképeség szempontjából szigorúbb feltételeknek kell megfelelnie ahhoz, hogy az általa szerzett kizárólagos jog ne biztosítson indokolatlan előnyöket, illetőleg ne sértse méltánytalanul mások jogait. Egy adott szín speciális termék vagy szolgáltatás tekintetében sokkal inkább oltalmazható, mivel az áruforgalomban résztvevőknek csak szűk körét tiltja el annak használatától, ugyanígy a több színből álló színekombináció is – a variációs lehetőségek széles skálája miatt – alkalmasabb lehet az érintett áruk, szolgáltatások vonatkozásában az egyediesítésre, megkülönböztetésre. A magenta színnel összefüggésben a kérelmező a 9., 16., 36., 37., 41. és 42. osztályokban az áruk és szolgáltatások olyan széles körére kívánt kizárólagos jogot szerezni, amellyel indokolatlanul kizárna másokat egy adott szín használatából. Ezen körülmények között, az árujegyzékre is figyelemmel, önmagában a kérdéses szín kizárólagos joggal történő kisajátítása súlyosan sértené a versenytársak érdekét.*

A bíróság egyetértett az MSZH-val abban a tekintetben is, hogy a magenta szín megkülönböztető képességgel nem rendelkezik, illetve ezt a kérelmező is csak állította, de nem bizonyította az eljárásban. Mindezek alapján került sor a megváltoztatási kérelem elutasítására.

Utóbb, 2006. június. 12-én a bejelentő újabb bejelentést tett a magenta szín vonatkozásában. Ezúttal – ahogy arra már korábban utaltam – az MSZH lajstromozta a megjelölést, hiszen a bejelentést megelőző években a bejelentő széles körben használta szolgáltatásai, illetve hirdetései kapcsán a magenta színt, illetve ezt megfelelően igazolta is. Ezen használat során a magenta szín megszerezte a megkülönböztető képességet, így ezáltal oltalomképesévé vált.

[16] 1. Pk. 24.972/2001/2.

3. Milka

A Milka lila színének bemutatása is indokolt, hiszen a „milkalila” klasszikus példája az olyan egyedi színnek, amely önmagában is rendelkezik megkülönböztető képességgel egyes terméktípusok, jelen esetben az édesipari termékek piacán.

Az első Suchard tejsokoládé az 1890-es években készült el, majd 11 évvel később született meg a „lila-legenda”, és végül 1901-ben jegyezték be a Milkát mint márkanévet^[17] Berlinben, a Császári Szabadalmi Hivatal védjegylajstromába. A Milka táblás csokoládét kezdetektől fogva lila papírba csomagolták, melyet egy – akkor még egy fekete-fehér – tehén és az alpesi panoráma díszített.^[18] 1973-ban jelent meg az első lila tehenes Milka reklám a tévében, melyért a Young & Rubicam ügynökség az Art Directors klub aranydíját vehette át.^[19]

A Milka márkát eredetileg a Suchard cég hozta létre, ennek jogutódja a jelenlegi Milka-vonatkozású védjegyek jogosultja, a svájci székhelyű Kraft Foods Schweiz Holding GmbH. A Milkával kapcsolatos több tucatnyi érvényes védjegy zöme ábrás védjegy (jellemzően a csokoládétermékek csomagolása), de található több szóvédjegy (például Milka Bronze/Silver/Gold) is. Az esetek nagy többségében nemzetközi védjegybejelentésről van szó, a védjegyek pedig a 30. áruosztályban érvényesek. Az egyedi szín megkülönböztető képessége szempontjából két védjegy érdekes: a 644464 lajstromszámú nemzetközi védjegy, és a 000031336 számú közösségi védjegy. Természetesen mindkettő érvényes Magyarországon.

Ezek nyilvánartartott adataiban nem is szerepel a Milka szó, mindkettő kizárólag lila színt ábrázol. Ebből az következik, hogy kizárólag a Kraft Foods védjegyjogosult használhatja a 30. áruosztályba tartozó termékeken a lila színt, döntése alapján pedig együtt használja a lila színnel a különböző Milka szóvédjegyeket (a Milka ábrás védjegyek jellemzően színesek, itt maga az ábra már eleve lila háttérű vagy színárnyalatú).

A fentiekből látható, hogy a Milka márkanévű termékek több mint száz éve összefonódtak a lila csomagolással. Nem tűnik kétségesnek, hogy az ilyen hosszú használat megteremtette a fogyasztók számára azt a képzetársítási lehetőséget, hogy a színnel összekapcsolják a terméket és annak gyártóját.

4. Az Európai Bíróság kapcsolódó precedensjoga a színek oltalomképessége kapcsán

Az Európai Bíróság a Libertel ügyben (C-104/O I) hozott előzetes döntést, amely szerint egy vagy több színből álló megjelölés önmagában, meghatározott

[17] A név a két fő alkotórész, a tej és a kakaó (Milch és Kakao) kombinációja.

[18] Lásd: <http://www.milka.hu/milka/page?siteid=milka-prd&locale=huhu1&PageRef=243> (utoljára látogatva: 2010.07.09.)

[19] Lásd: <http://www.milka.hu/milka/page?siteid=milka-prd&locale=huhu1&PageRef=244> (utoljára látogatva: 2010.07.09.)

árúk és szolgáltatások tekintetében megkülönböztető képességgel rendelkezhet, feltéve, hogy grafikailag ábrázolható, és ez az ábrázolás világos, pontos, önálló, könnyen hozzáférhető, érthető, tartós és tárgyyszerű. Ezt a követelményt nem elégíti ki önmagában a színmegjelölés papíron történő megjelenítése, azonban megfelelő ábrázolás lehet a megjelölés nemzetközileg elismert színkódokkal történő meghatározása, vagy szavakkal történő körülírása.

A színmegjelölések oltalomképességének a vizsgálatánál figyelembe kell venni a közérdeket, azt, hogy a versenytársakat indokolatlanul ne korlátozzák az adott szín használatában.

A színnek önmagában akkor lehet megkülönböztető képessége, ha a szín alkalmas arra, hogy a bejelentő áruit és szolgáltatásait mint meghatározott vállalatától származót azonosítsa azáltal, hogy megkülönbözteti őket a versenytársak termékeitől. Az elbírálás során jelentősége van annak, hogy a színmegjelölés oltalmát az áruk és szolgáltatások széles körére, vagy csak meghatározott termékekre igénylik. Az eljáró hatóságnak az eset összes körülményét figyelembe kell vennie, különös tekintettel a megjelölés tényleges használatára, azaz a szín, ha eredendően nem is rendelkezett megkülönböztető képességgel, azt használat útján megszerezheti.

IV. ÖSSZEGZÉS

A jogszabályi rendelkezések és a bemutatott példák alapján az alábbi következtetések vonhatók le a megkülönböztető képesség megszerzése kapcsán.

1. A megkülönböztető képesség megszerzése ritkán fordul elő a gyakorlatban. Ennek oka egyedülálló színek esetében – miként azt a T-COM színvédjegy kapcsán bemutatott hivatali és bírósági határozatok is megfogalmazzák – az, hogy a színek önmagukban általános jellegűek, nem rendelkeznek különösebb információhordozó képességgel. Ahhoz, hogy a fogyasztók körében kialakuljon az összefüggés egy termékszín vagy csomagolásszín és a termék eredete között, hosszú, tartós és következetes használat szükséges, de ez sem feltétlenül elégséges. Kedvezőbb a helyzet színek kombinációja esetén, ekkor viszont a megkülönböztető képesség megléte könnyen elképzelhető már a bejelentés időpontjában is.

Egyéb esetekben a megkülönböztető képesség megszerzése ritka előfordulásának okait a következőkben látom.

1.1 A tudatos marketingpolitika és márkamenedzsment általában megköveteli, hogy az új termék (szolgáltatás) megjelölése a termék előállításától kezdődően védjegyoltalom alatt álljon. Ez pedig azt feltételezi, hogy a megjelölések kialakítása során már figyelembe veszik a Vt. megkülönböztető képességre vonatkozó előírásait. Amennyiben tehát a védjegyoltalom megszerzése a cél, az ehhez szükséges kritériumok kielégítésére való törekvés jellemzően olyan megjelölé-

sek bejelentését eredményezi az MSZH-nál, amelyek ebben a pillanatban már rendelkeznek megkülönböztető képességgel.

A törvényi kritériumok meglététől függetlenül is a gyártók, szolgáltatók, kereskedők érdeke, hogy a termékeik, szolgáltatásaik megkülönböztethetők legyenek, így ez a feltétel általában természetes, praktikus okokból is teljesül.

1.2 A megkülönböztető képességgel egyébként nem rendelkező megjelölések tartós használattal sem feltétlenül szereznek ilyen képességet. Önmagában tehát nem jár a védjegyoltalom megszerzhetőségével, hogy egy leíró jellegű megjelölést hosszú időn keresztül használnak.

1.3 Az ábrás védjegyek olyan előnnyel rendelkeznek a szóvédjegyekhez képest, amelyet a bejelentők általában kihasználnak. Amennyiben tehát egy szóból vagy szóösszetételből álló megjelölés önmagában nem is volna alkalmas a megkülönböztetésre, jellegzetes, figyelemfelkeltő grafikai elemek hozzáadásával olyan módon alakítható ki a végleges megjelölés, hogy a vizuális összkép nemcsak megteremti, hanem a használat során meg is őrzi a megkülönböztető képességet a védjegy számára.

2. A folyamat olyan megjelölésekkel, illetve védjegyekkel kapcsolatosan fordul elő, amelyek nagyon széles körben ismertté válnak.

A megkülönböztető képesség megszerzése feltételezi, hogy a fogyasztók jelentős köre ismeri és használja a kérdéses megjelölést. Ez az esetek többségében a legszélesebb körű társadalmi ismertséget és használatot jelenti, de elképzelhető, hogy egy speciálisabb, szűkebb réteg által használt termékkel kapcsolatosan alakul ki ezen csoport asszociációs képessége a termék és gyártója (forgalmazója) vonatkozásában.

IRODALOM

Jogszabályok

- A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény
- Az Európai Unió Tanácsának 207/2009/EK számú rendelete a közösségi védjegyről
- Az Európai Unió Tanácsának a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló 89/104/EGK EU irányelve

Hatósági, bírósági határozatok

- Az Európai Bíróság ítélete a BIOMILD ügyben (C-265/00)
- Az Európai Bíróság ítélete a COMPANYLINE ügyben (T-19/99.)
- Az Európai Bíróság ítéletei a CHIEMSEE ügyben (C-108/97 és C-109/97)
- Az Európai Bíróság ítélete a Libertel ügyben (C-104/01)
- A Fővárosi Bíróság 1. Pk. 24.972/2001/2. számú végzése

Internetes források

- <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/631781/vodka>;
- <http://www.milka.hu/milka/page?siteid=milka-prd&locale=huhu1&PageRef=243>;
- <http://www.milka.hu/milka/page?siteid=milka-prd&locale=huhu1&PageRef=244>;



• 1. ábra — Absolut Vodka