

## Az iparjogvédelmi szerződések kodifikációs lehetőségei

### I. BEVEZETÉS

Az iparjogvédelmi szerződésekkel kapcsolatos kodifikációs kérdések ismételt átgondolását azért tartom szükségesnek – és e tanulmány kereti között erre azért vállalkozom –, mert az elkészült új Polgári Törvénykönyv véglegesnek tartott rendelkezéseit a kormányváltás után hatályon kívül helyezték, a kodifikáció tehát nem zárult le, hanem a Szakértői Bizottságban tovább folytatódik. Ennek következtében szinte bizonyos, hogy a normaszövegben a legutóbbi változathoz képest több területen is lesznek változtatások, módosítások, kiegészítések.

A szellemi alkotások jogát tekintve a szóba jöhető változások általánosságban érinthetik a Ptk. és a szerzői és iparjogvédelmi alkotások védelmét szolgáló szabályanyag kapcsolódásának kérdéskörét, de nem kizárt az iparjogvédelmi szerződések jelenlegi rendszerének újragondolása sem, különösen, ami a Ptk-ba való esetleges integrálásukat illeti akár a külön törvényekben nevesített szerződések (pl. licencszerződés), akár egyes atipikus szerződések (pl. know-how, franchise szerződés) esetében.

Ami az első kérdést illeti, a kodifikáció során abban egyetértés mutatkozott, hogy a szerzői jogi és iparjogvédelmi törvények anyagát az új kódexbe nem szükséges integrálni, noha a szellemi tulajdon jogviszonyaiban keletkező alanyi jogok (és megsértésük szankcióinak többsége) egyértelműen magánjogi jellegűek. A külön törvények ugyanis jogágazati szempontból vegyes normákat tartalmaznak és azokat nem volna szerencsés jellegük különbözősége miatt szétbontani.

Az utóbb hatályon kívül helyezett Ptk. azonban a szellemi alkotások jogára vonatkozóan semmilyen rendelkezést, még kapcsolódó szabályokat sem tartalmaz, a know-how-t is a személyhez fűződő jogok körében az üzleti titok egyik fajtájaként szabályozza.

Az új Polgári Törvénykönyv tervezetéhez készített Szakértői Javaslat azonban – bár több ponton eltér a hatályos Ptk. vonatkozó szabályaitól – korszerűsített formában megfogalmazza a szerzői jogi és iparjogvédelmi oltalommal összefüggő általános jellegű rendelkezéseket, utalva arra, hogy a nevesített szerzői jogi és iparjogvédelmi oltalmi tárgyak jogi védelméről továbbra is külön törvények rendelkeznek. A külön törvényekben nem szabályozott polgári jogi kérdésekben pedig a Ptk. alkalmazását írja elő. Szintén korszerűsítve és a hatályos rendelkezéseket lényegesen átalakítva rendelkezik a know-how jogi védelméről,

ezen belül a know-how, mint szellemi tevékenység eredményének és egyben üzleti titoknak a viszonyáról.<sup>[1]</sup>

A magam részéről a Szakértői Javaslatban szereplő megoldással értek egyet és miután a kodifikációs munka folytatódik, esélyt látok egy ilyen tartalmú szabályozás megvalósulására az új Kódexben.

Az iparjogvédelmi szerződések Ptk-ba való integrálásának kérdése a kodifikáció során elsősorban a licencia szerződésekkel kapcsolatban merült fel, valamint szóba került a franchise-megállapodások esetleges önálló szerződéstípusként való elismerése is. Az erre irányuló szabályok azonban eddig normaszöveg szintjén nem jelentek meg, annak ellenére, hogy előbbi esetben a Ptk. koncepciójában is szerepelt a szerzői jogi és iparjogvédelmi licencia szerződés általános szabályai meghatározásának igénye és a Kódexbe emelésének szükségessége. A továbbiakban elsősorban az iparjogvédelem atipikus szerződéseinek jellemzőit közös és eltérő vonásait kívánom bemutatni és kodifikációs szempontból értékelni, és ezzel összefüggésben a szükséges mértékben a licencia szerződések általános, esetleges Ptk-ban történő szabályozásának kérdéseivel is foglalkozom.

## II. AZ IPARJOGVÉDELEM ATÍPIKUS SZERZŐDÉSEINEK KÖZÖS JELLEMZŐI

Az iparjogvédelem területén a műszaki és egyéb információk áramlására a szellemi termékgazdaság, valamint a licencia- és know-how forgalom kifejezéseket szokás használni.<sup>[2]</sup> Az új megoldások kidolgozására irányuló kutató-fejlesztő tevékenységnek, valamint a szellemi termékek értékesítésének, forgalmának megfelelően szabályozott jogi keretek között kell végbemennie, sajátos szerződési konstrukciók alkalmazásával kell megtörténnie. Az erre a feladatra alkalmas, erre a célra felhasználható szerződések az iparjogvédelmi szerződések, melyek lehetnek tipikus, vagyis jogszabályban szereplő nevesített, szabályozott szerződések (kutatási-, valamint licenciaszerződés), illetve lehetnek ettől eltérően atipikus szerződések, melyek nincsenek szabályozva, és nem sorolhatók egyik szerződéstípusba sem, ilyen a know-how szerződés, a franchise-szerződés, valamint a merchandising-szerződés.

A franchise- és a merchandising szerződések megismerése és érvényesítése Magyarországon a rendszerváltás utáni időszakra tehető, de a know-how szerződésre is elmondható, hogy valójában piacgazdasági körülmények között képes leginkább betölteni funkcióját a szellemi termékek forgalma területén. Az iparjogvédelem körében e szerződések közös jellemzője, hogy nincs magyar elnevezésük, idegen eredetű nevük van (know-how, franchise, merchandising).

[1] Ld. részletesen: *Szakértői Javaslat az új Polgári Törvénykönyv tervezetéhez* (Vékás Lajos szerk.) Complex Kiadó, Budapest, 2008. 382-389.

[2] L. Lontai Endre: *A licencia szerződések alapvető kérdése* (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1978.), valamint id. Gazda István: *A technológia transzfer* (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1993.) c. műveket

A know-how kifejezés „magyarosítására” ugyan történtek kísérletek (recept, fortély stb.), ezek végül nem vezettek eredményre. Ugyancsak jellemző, hogy ezeket a szerződéseket a felek a szabályozandó kérdések viszonylag nagy száma miatt döntően írásban kötik meg. Ez ugyan nem érvényességi feltétel, de a szerződő felek az együttműködés különböző formáit, a szerződésszegés eseteit, annak jogkövetkezményeit, a megszüntetéssel kapcsolatos kérdéseket általában írásban szeretik rögzíteni. Mindhárom szerződés továbbá a felek hosszabb ideig tartó kapcsolatát szabályozza, vagyis közöttük huzamosabb ideig tartó jogviszony jön létre, ezért is fontos a körültekintő, minden részletre kiterjedő megálapodás készítése.

Végül e szerződésekre is jellemző, hogy döntően piaci kapcsolatokat szabályoznak, vagyis valójában a gazdasági életben megjelenő és érvényesülő szerződésekről van szó még akkor is, ha a know-how szerződések vagy részben a merchandising szerződések az egyes állampolgárokhoz, ezáltal a civilszférához is kapcsolódhatnak. Miután önálló névvel is jelölik, ezeket az ügyleteket *nevesített atipikus szerződéseknek nevezhetjük, amelyek rendelkeznek* viszonylag állandó jellemzőkkel és ahol „a háttérben felismerhető szerződési östípusok szabályai oly módon ötvöződnék, hogy az ismert szabályok egymásra hatásából új egység alakul ki”.<sup>[3]</sup>

### III. A KNOW-HOW SZERZŐDÉSEK

A hatályos Polgári Törvénykönyv egyedülálló módon rögzíti a know-how intézményes jogvédelmét.<sup>[4]</sup> A know-how-ra vonatkozó, a jelenleg érvényben lévő szabályozás a technológiai megállapodások csoportjaira történő alkalmazásról szóló 772/2004. EKG. sz. rendeletben fogalmazódik meg. Ez a rendelet – tükrözve a technológia-transzferre vonatkozó közösségi versenypolitika reformját – már a know-how tágabb fogalmát veszi alapul és know-how-nak tekinti a tapasztalatból és ismételt alkalmazásból származó, nem szabadalmazott gyakorlati ismereteket, amelyek *titkosak, lényegesek és azonosítottak*. A titkosság alapja itt is az, hogy az ismeret nem közismert vagy könnyen hozzáférhető. A lényeges elem azt jelenti, hogy az ismeret a szerződés szerinti termékek előállításához fontos és hasznos, az azonosíthatóság alapján pedig az ismeretnek kellően átfogó módon leírtnak kell lennie annak érdekében, hogy megállapítható legyen: a know-how megfelel a titkosság és a lényegesség követelményeinek. Az uniós szabályokon kívül a know-how lényegének meghatározására számos definíció látott napvilágot, ehelyütt azonban ezekkel nem foglalkozunk.<sup>[5]</sup>

[3] Az említett atipikus szerződések közös jellemzőinek ismertetése Mickolczi Bodnár Péter: Atipikus szerződések (lízings, faktoring, franchise), *Gazdaság és Jog* 1997/1. sz. 3-11. cikkében szereplő szempontok figyelembevételével történt.

[4] L. A Polgári Törvénykönyv 86-87. §-ait.

[5] A definíciós kísérletekről ld. Csécsy György: A know-how definiálásának problémái, *Magyar Jog* 1998/12. sz. 740-744.

A know-how oltalmát napjainknak leghatékonyabban a know-how átadója és átvevője között létrejött szerződés biztosítja. A felek a szerződésben rendezik, szabályozzák a know-how átadásával kapcsolatos jogokat és kötelezettségeket, s ezáltal lehetővé válik a know-how titkos jellegének a megőrzése is. A know-how szerződés kimunkálása, jogi minősítése, szabályozása egyelőre megoldásra váró feladat. A szerződéses kapcsolatok mielőbbi jogi rendezésének szükségességét aligha lehet vitatni, hiszen ezáltal a gyakorlatban jelentkező számos, jelenleg létező problémára megoldást lehetne találni.

Tekintettel kell lenni arra, hogy a know-how szerződés atipikus szerződés, eldöntendő, hogy a hagyományos nevesített szerződésfajták tényállásai közül melyikbe sorolható be leginkább, illetőleg egyáltalán létezik-e olyan nevesített szerződéstípus, amelyik a maga egészében alkalmas lenne arra, hogy rendelkezései a know-how szerződésekre maradéktalanul alkalmazhatók legyenek. Ezen a területen a legkülönbözőbb nézetekkel találkozunk.

Vannak, akik a know-how szerződésekre az *adásvétel* vagy a *vállalkozás* szabályait rendelik alkalmazni, de fellelhetők olyan nézetek is amelyek – tekintettel arra, hogy a know-how átadása többnyire tartós jogviszony keretében történik – a *bérlet* vagy *haszonbérlet* rendelkezéseit látják alkalmazhatónak. Ezen szerződések egyes elemei természetesen szerepelhetnek a know-how szerződésekben, de a know-how, mint szellemi alkotás sajátosságai miatt az említett szerződések bármelyikének egyedüli alkalmazhatóságát a know-how jogviszonyokra kizártnak tekinthetjük.

Végül meg kell említenünk azokat a nézeteket, amelyek a szabadalmi *licencia szerződéssel* azonosítják a know-how szerződést. Kétségtelen, hogy a know-how szerződéssel a licencia szerződés mutat leginkább rokonságot, különösen a műszaki know-how használatra való átengedése körében. Know-how szerződés esetén azonban nem jogok átengedéséről van szó hanem oltalmi jogokkal nem védett műszaki, gazdasági, és szervezési ismeretek átadásáról. Átfedések a két szerződésfajta között a gyakorlatban természetesen lehetségesek és elő is fordulnak, azonban a abszolút hatályú oltalom hiányában kizárólag a szabadalmi licencia szerződésre vonatkozó szabályok a know-how szerződésekre álláspontunk szerint nem alkalmazhatók.

A know-how szerződések elemzése, jogi minősítése során elsősorban abból a gazdasági-társadalmi realitásból kell kiindulni, amelyek talaján végbemegy a műszaki-gazdasági ismeretek, tapasztalatok, információk átadása, felhasználása. A know-how szerződéseknek tehát az a céljuk, hogy az említett ismeretek, tapasztalatok átadása szabályozott keretek között megtörténjen és felhasználásuk biztosítva legyen. E tevékenység során a felek között sajátos jogi kapcsolat alakul ki, amely adott esetben huzamosabb ideig fennálló együttműködést jelent, és amelyben a know-how átadója és átvevője kölcsönös, komplex szolgáltatások nyújtására köteles. A tudományos-technikai fejlődés jelenlegi szintjén már nem képzelhető el, hogy a megszerzett tudás ismerete, átadása kizárólag hagyományos oltalmi formák keretében történjék, hanem azokat túllépve, lehetőséget kell biztosítani az ismeretek, tapasztalatok szélesebb körben történő átadására.

A know-how, mint új intézmény megjelenése tehát az átadása, felhasználása során létrejövő újfajta, *hagyományostól eltérő jogviszonyokat* hívott életre. E jogviszonyok problémáira – mint ahogyan láttuk – nem lehet a hagyományos jogi kategóriák alkalmazásával megoldást találni. Az ismertetett szerződéstípusok egyikét sem lehet egészében alkalmaznia know-how szerződésekre, a Ptk. szerződésekre vonatkozó általános szabályai pedig nem elégségesek ahhoz, hogy a számos speciális vonással rendelkező know-how jogviszonyokra – a szerződésben nem szabályozott kérdésekben – megfelelő jogi rendezést biztosítsanak. A gazdasági életben egyre növekvő szerepet betöltő know-how forgalom, vagyis a gyakorlat igényei mindenképpen szükségessé teszik – a jelenleg korántsem egyértelmű, más szerződések analóg rendelkezéseire és a szerződések általános szabályaira épülő háttér-joganyag alkalmazása helyett – egy új szerződéstípus kialakítását.

A továbbiakban megpróbáljuk röviden összefoglalni azokat a sajátos vonásokat, amelyek a know-how szerződéseket jellemzik. (Természetesen itt csak az ún. „tisztá” know-how szerződésről lesz szó, s ezen belül is olyan jogviszonyról, amelyben a know-how átadása képezi a szerződés fő tárgyát.)

A szerződésben mindenekelőtt pontosan meg kell határozni a szerződés tárgyát, vagyis hogy milyen ismeretek, tapasztalatok átadására kerül sor. Ez lehet műszaki dokumentáció átadása, betanítás, közreműködés az üzembe helyezésben. Ha az átadott ismeret vagy annak egy rész valamilyen hagyományos iparjogvédelmi oltalom alatt áll, ezt feltétlenül fel kell tüntetni.

Részletesen kell rendelkezni a *know-how átadójának* kötelezettségeiről, ezen belül arról:

- milyen ütemezéssel történjék az ismeretek, tapasztalatok átadása,
- milyen körben jogosítja fel használatra a know-how átvevőjét,
- mely területekre vonatkozik a használati engedély korlátozása,
- hogyan alakul az átadó szavatossága egyrészt az átadott ismeretanyag használhatóságáért,
- másrészt harmadik személynek esetleges jogaival szemben,
- terheli-e az átadót is esetleg titoktartási kötelezettség, ha igen, milyen mértékben.

A *know-how átvevőjének* kötelezettségei:

- az átadott ismeretért járó ellenérték megfizetése, az ellenérték fizetési módjának meghatározása (egyoösszegű, részletekben, az előállított termékért befolyó összeg százalékában történő fizetés stb.);
- köteles az átvett ismereteket titokban tartani, meghatározva, hogy a titoktartás az ismeretek melyik részére vonatkozik;
- kötelezettséget kell vállalnia a kapott információ bizalmas kezelésére, és csak a szerződésben meghatározott célra történő felhasználásra;
- köteles a kapott know-how-t megfelelő mértékben és színvonalon hasznosítani;

- használati engedélyt (licenciát) az átadó hozzájárulása nélkül nem adhat;
- a know-how átvevője jogosult az átvett ismeretek továbbfejlesztésére, erről azonban az átadót köteles tájékoztatni.

Szerződésszerű a teljesítés akkor, ha a know-how átadója know-how megvalósításához szükséges valamennyi olyan dokumentációt, valamint ismeretanyagot átadja, ami a szerződés tárgyának megvalósításához szükséges. A szerződés teljesítése során mindkét szerződő fél fokozott gondossággal köteles eljárni annak érdekében, hogy az átadott know-how harmadik személyek részére ne váljék hozzáférhetővé. Az átadott know-how nyilvánosságra jutása az átvevő díjfizetési kötelezettségének megszűnését vonhatja maga után. Meg kell határozni a szerződés időtartamát, ettől függően szabályozni kell a felmondás kérdéseit. A szerződés megszűnése esetén szabályozni lehet, hogy bizonyos kikötések (pl. titoktartási kötelezettség) a szerződés megszűnése után is hatályban maradnak, illetve hogy az átvevő a kapott ismereteket a szerződésben kikötött célra továbbra is felhasználja.

Az itt ismertetett – korántsem kimerítő jellegű – diszpozitív szabályok felsorolásával csupán azt kívántuk érzékeltetni, hogy mit (esetleg milyen módon) célszerű a know-how szerződésekben szabályozni.

A Ptk. kodifikációs munkálatai során a know-how szerződés önálló szerződéstípusként való elismerése közvetlenül nem, csak a licencencia szerződések új szabályaival összefüggésben merült fel, és mint említettük a Szakértői Javaslat is csupán a know-how jogvédelme korszerűsített szabályanyagának a kimunkálására szorítkozott.

#### IV. A FRANCHISE-MEGÁLLAPODÁSOK

A franchise fogalmának meghatározása legalább annyi problémát vet fel, mint a know-how jogi értelemben vett pontos definíciójának kialakítása. A közgazdasági és jogi elemek keveredése itt is megfigyelhető, hiszen a „rendszer” fogalmába sok minden beletartozik. Az ismertté vált definíciókból megállapítható, hogy szinte mindegyik igyekszik a legszélesebb körben meghatározni a franchising lényegét, alkotó elemeit, annak széleskörű elterjedésére és alkalmazhatóságára tekintettel.<sup>[6]</sup>

Az egyes definíciókban szereplő közös ismérvek figyelembevételé után a magam részéről a franchise fogalmát leegyszerűsítve, de lényeges elemeit tekintve a következők szerint határoznom meg: *a franchise a felek között létrejött olyan kapcsolatrendszer, ahol a franchise adó licenciát ad a franchise vevőnek márkanévnek, védjegyének és egész működési rendszerének a használatára, melynek ellenszolgáltatásaként a franchise vevő jelentős pénzügyi hoz-*

[6] Vö. Csécsy György: Adalékok a franchise fogalmának meghatározásához és a franchise szerződésekhez, *Jogtudományi Közlöny* 1995/5-6. sz. 28-35.

*zájárulás fizetésére köteles.* E meghatározásból egyértelműen kitűnik, hogy az ilyen vállalkozások jogi rendezésére szolgáló szerződéseket *rendszer-licencia-szerződéseknek* tekintem, melynek tehát lényege a kereskedelmi név, a védjegy és egy ezzel kapcsolatos működési rendszer átvételének engedélyezése.

Leegyszerűsítve a franchisinget többen *know-how lízingjének* tekintik.<sup>[7]</sup> Ezzel a minősítéssel valójában egyet lehet érteni, hiszen ez nem mond ellent az általam rendszerlicenciának történt minősítéssel, mivel mind a know-how szerződéseket, mind pedig a lízingszerződéseket a licencia-szerződések egyik alfajának fogom fel.

Az Európai Gazdasági Közösség Bizottságának 4087/89 számú rendelete szerint a lehetséges, használható fogalom a következő: *„A franchise olyan ipari, illetve szellemi tulajdonon fennálló jogok összessége, mint védjegyek, kereskedelmi nevek, cégtáblák, használati minták, ipari minták, szerzői jogok, know-how-k vagy szabadalmak, mely jogok összességét áruknak tovább-eladása vagy szolgáltatásoknak a végső fogyasztókhöz történő eljuttatása céljából használják fel.”*

A jogharmonizációs kötelezettségből adódóan a magyar jogban is szabályozásra került a franchise-megállapodás, de hasonlóan az EU normákhoz, elsősorban versenyjogi szempontból. A 246/1997. (XII.20.) Korm. sz. rendelet alapján a franchise – megállapodás egyes csoportjai mentesülnek a gazdasági versenykorlátozás tilalma alól. A kormányrendelet értelmében a franchise lényege, hogy a franchise-adó a szellemi tulajdon bizonyos tárgynak a hasznosítására ad jogot a franchise-vevő részére, aki ezeket saját vállalkozásában hasznosítja. A hasznosítás során azonban a meghatározott áru forgalmazása, továbbá az üzlethelyiség, szállítóeszközök kialakítása során követnie kell a franchise-adó előírásait, amely ily módon biztosítja a franchise-hálózat egységes megjelenését. A magyar rendelet összehasonlítva közösségi megfelelőjével, jóval egyszerűbb, ennek oka döntően az, hogy a franchise-hálózatok a rendelet megalkotása idején kezdtek igazán kiépülni.

A franchise az egymástól független vállalkozók együttműködésének legintenzívebb formája. A franchise típusú jogviszony jellegzetessége, hogy a partnerek a gazdaság más-más helyein tevékenykednek, tehát nem konkurensei egymásnak, hanem kiegészítik, segítik egymást. A franchise típusú jogviszonyt tehát a partnerek kölcsönös munkamegosztásán alapuló együttműködése jellemzi. A franchise rendszer működéséhez legalább két közreműködőre van szükség. Az egyik a franchise-átadó, rendszergazda, többnyire gyártó, nagykereskedő, közismert cég, amely rendelkezik az üzleti rendszerrel és goodwilllel. A másik közreműködő a franchise-átvevő, többségük önálló vállalkozó vagy vállalat, aki a franchise-átadó által kínált vállalkozást működteti, elfogadva a franchise-átadó utasításait. A franchise típusú jogviszony tehát egy olyan kapcsolat, amely az üzleti elgondolást sikeresen megvalósító vállalkozó és a siker megismétlésére szerződő másik vállalkozó együttműködésén alapul. A fran-

[7] E mellett foglal állást Hajdu Emese: A szerződéses rendszer fejlett formája: a franchising (*Marketing* 1988/5-6. sz.) cikkében

chise-átadó végzi a rendszer megtervezését, kialakítását, széleskörű népszerűsítését, a működés alatti folyamatos ellenőrzését, valamint gondoskodik a rendszer állandó továbbfejlesztéséről. A franchise-átvevő saját elszámolással, önállóan tevékenykedik, azonban az általa üzemeltetett egység működését alá kell vetnie a franchise szerződésben előírt követelményeknek. A franchise-jog használatáért díjat kell fizetnie a rendszerhez való csatlakozáskor az átadó részére, esetenként ehhez folyamatos díjfizetési kötelezettség is járul. Az átvevő a tőkét, idejét, erőfeszítését, szaktudását investálja, ezen kívül korábbi üzleti kapcsolatait, múltbeli tapasztalatait és meglévő ismereteit használja fel azért, hogy a rendszer új egységét saját hasznára, saját jogon sikeresen üzemeltesse. A franchise jogviszonyban tehát általában nem egy szolgáltatásról van szó hanem a szerződés *szolgáltatás-komplexumot* tartalmaz.<sup>[8]</sup> Az uniformizáltság azonos, vagy azonos minőségű termékek felhasználását követeli meg, ezért közös az árubeszerzés, amely komoly árelőnyöket is biztosít.

A *franchise átadójának* legfontosabb kötelezettsége, amely az egész jogviszony létrejöttének az alapját képezi, hogy biztosítsa a franchise-ban a vevő számára azon jogok gyakorlásának a lehetőségét, amelyek mint alapvetően immateriális vagy a franchise-ba adóhoz tartoznak egy termék vagy szolgáltatás tekintetében. Ezen jogok a következők: márkanév, védjegy, know-how, szabadság, áru- és márkajelző használata. Ezeket az átadott jogokért az átadót jogszavatosság terheli. Kötelessége átadni a franchise-ba vevő részére az általa kifejlesztett értékesítési koncepció tapasztalatait és módszereit, valamint folyamatos tanácsadást, segítséget nyújtani. Az átadó határozza meg a reklámpolitikát és felhatalmazza az átvevőt az ennek megfelelő reklámozásra. A reklámtevékenységet az átadó részben a saját eszközeiből, részben a franchise-átvevők hozzájárulásaiból létrehozott alapból végzi. Az átadó által kikötött minden feltétel, az átadó jogosultságai mind-mind közvetlenül vagy közvetetten a termék, szolgáltatás image-ének, az átadó goodwill-jének megőrzését szolgálja.<sup>[9]</sup>

A *franchise átvevője* védett jogokat vásárol meg teljes üzleti csomaggal, amely meghatározott időre, területre szól, ezért kötelessége az átadó utasításainak a betartása. A franchise megállapodásból származó jogokat és kötelezettségeket csak a franchise-adó engedélyével ruházhatja át. Az ipari vagy szellemi tulajdonon fennálló jogokon esett sérelmeket köteles közölni az átadóval, hogy az megtehesse a szükséges intézkedéseket.

Mint látható számos kötelezettség terheli az átvevőt, amelyek mind a franchise üzlet sikerességét biztosítják. Az átvevő jogosult használni a franchise jogokat, mint például név, védjegy, know-how stb. Továbbá jogosult igénybe venni a franchise-adó által nyújtott szolgáltatásokat úgy, mint az átadó képzését, oktatását, folyamatos segítségnyújtását, anyaggal és termékkel való ellátását.

[8] A szolgáltatások jellege attól is függ, hogy a franchise melyik változataról van szó. A vállalkozás természete alapján szokás megkülönböztetni szolgáltatási-, értékesítési-, és termelési franchise-t.

[9] Miskolczy Bodnár Péter: A franchise szerződésekről, *Gazdaság és Jog* 1995/7-8. sz. 20-21.



A franchise szerződések meglévő komplexitásának ellenére tömeges alkalmazásuk miatt a kodifikáció során más hasonló, többnyire már meglévő szerződési típuselemeket vegyítő ügyleti formák (faktoring- és lízingszerződések) mellett a figyelem középpontjába kerültek. A franchise szerződés önálló szerződéstípusként elismerésére azonban eddig – szemben a lízing és faktoring szerződésekkel – nem került sor.

Az indokolás megállapította, hogy a franchise megállapodások eltérő tartalmú és bonyolultságú jogviszonyok, amelyekben szabadalmi, know-how és/vagy névhasználati jog átengedése valósul meg, más ismert szerződéstípusok (pl. adásvétel, vállalkozás stb.) elemeinek alkalmazásával. A vélemények azonban egyezők voltak a tekintetben, hogy franchise esetében „A szerződések konkrét tartalmának variálása miatt nincs olyan kemény magja ezeknek a megállapodásoknak, amelyek típusképző mozzanatként volnának kikristályosíthatók.”<sup>[10]</sup>

## V. A MERCHANDISING SZERZŐDÉSEK

A merchandising kifejezést napjainkban egyre többet használjuk, hiszen ez a viszonylag új gazdasági jelenség egyre inkább tért hódít főként Európában és az USA-ban.<sup>[11]</sup> Az utolsó egy-két évtizedben ugyanis marketing fogásként elterjedt, hogy híres személyek (pl. Alain Delon vagy Boris Becker) nevét, képzeletbeli figurákat (James Bond, Batman stb.) vagy kedvelt rajzfilmek szereplőit és mesealakokat (Bambi, Garfield stb.) felhasználják az áruforgalomban a vásárlók befolyásolására, az eladások ösztönzésére. Az ilyen felhasználások azonban komoly jogi következményekkel is járnak vagy járhatnak, ezért e gazdasági jelenségnek a jogszempontú megközelítését, vizsgálatát nem hagyhatjuk figyelmen kívül. Emiatt állítjuk, hogy a merchandising egyszerre gazdasági és jogi jelenség.

Ha egyetlen szóval akarjuk kifejezni a merchandising lényegét, akkor azt mondhatjuk, hogy valójában arculatvételtől, illetve másképpen imágó-átviteltől (imagertransfer-ről) van szó.

A merchandising valódi tartalmát azonban nem lehet egyetlen szóval meghatározni, általánosan elfogadott, jogszabályban meghatározott fogalma ugyanakkor nem létezik. Hasonlóan azonban a franchising-hez, közgazdasági és jogi szempontból is születtek definíció-kísérletek a merchandising-ra vonatkozóan, kiemelve a fogalom lényegesnek tartott elemeit.

A merchandising-re vonatkozó jogi definíció létezik, ha nem is jogszabályi formában. Az elmúlt évtizedben jelentkező problémák ugyanis ráirányították a figyelmet erre a jogterületre, és az AIPPI (Nemzetközi Iparjogvédelmi Egyesület) 1995-ben Montrealban megrendezett konferenciáján döntés született többek között a merchandising fogalmának meghatározásáról is. E szerint:

[10] Vékás Lajos (szerk.): *Szakértői Javaslatai...* 865.

[11] A terminológia először angol és francia nyelvterületen jelent meg és mára általánossá vált Németország kivételével, ott ugyanis a „Vermarktung” kifejezést használják.

„A merchandising szimbólumok, védjegyek, szerzői jogi alkotások részei, valódi vagy képzeletbeli személyek külső megjelenésének felhasználását jelenti abból a célból, hogy az áruk értékesítését, szolgáltatások nyújtását ösztönözzék, feltételezve, hogy a kérdéses jelzéseket nem eredeti funkcióknak megfelelően, mint a meghatározott áruk és szolgáltatások megjelölésére alkalmas árujelzőként, hanem más áruk és szolgáltatások értékesítésére használják fel a kérdéses figurák általános ismertsége, vonzereje alapján.”

A merchandising céljára felhasználható megjelölések köre igen széleskörű. E tekintetben hasonlóságot vélek felfedezni a know-how-val, hiszen annak megjelenési formáit is nagyon nehéz kimerítő jelleggel felsorolni.<sup>[12]</sup>

A merchandising abban különbözik más árujelzőktől, hogy az ismert személy, figura, jelzés már rendelkezik valamilyen pozitív információval, ezért felhasználásuk eleve többletbizalmat eredményez a vásárlók körében, sokkal könnyebben felkeltheti az érdeklődést a reklámozott áru vagy szolgáltatás vonatkozásában. A merchandising gazdasági előnye abban áll, hogy ha egy név, vagy védjegy meglévő ismertségét, goodwilljét imageransfer segítségével másfajta termékek vonatkozásában hasznosítják, az a piacra való bevezetés költségeinek (marketing és reklámköltségek) csökkentését eredményezheti. Egyes esetekben lehetővé teszi a kisvállalkozók számára, hogy versenyképessé váljanak az olyan tőkeerős nagyvállalatokkal szemben, amelyeknek a kutatás-fejlesztés eredményeik, valamint bevezetett védjegyeik jelentős előnyt biztosítanak.<sup>[13]</sup>

A merchandising ugyanakkor – mint említettük – nemcsak gazdasági jelenség, hanem egyszerre jogi jelenség is. Mondhatjuk ezt annak ellenére, hogy a merchandising egészére vonatkozóan külön jogszabályi rendelkezés nem létezik, áttételesen azonban ez a tevékenység, az ilyen felhasználás több jogterületet is érint, amelyek közül mindenekelőtt a szellemi alkotások jogát említhetjük. A merchandising alkalmazása során ugyanis számos jogi probléma merülhet fel, melyek egyfelől a jogszerű, másfelől a jogellenes felhasználáshoz, arculátvitelhez kapcsolódhatnak.

Magyarországon, más országokhoz hasonlóan nem létezik a merchandisingre vonatkozó speciális jogi szabályozás, de több jogszabály tartalmaz rendelkezéseket közvetlenül vagy áttételesen az ilyen jellegű felhasználásokkal összefüggésben. E jogosultságok közül elsősorban a polgári jog szabályait, ezen belül is a szellemi alkotásokra vonatkozó jogi előírásokat kell elsőként megemlíteni, hiszen merchandising esetében alapvetően szellemi alkotások kereskedelmi értékesítéséről van szó.

A szerzői jog szabályai a merchandising alkotásokra is vonatkoznak, a szerzői jogi oltalomhoz azonban szükséges, hogy a szimbólum, a figura sajátos, eredeti legyen, ami nem minden esetben teljesíthető követelmény. A szerzői jogi

[12] A leggyakrabban előforduló alkalmazási területekről l. Tattay Levente: A merchandising, a szellemi alkotások értékesítése, *MIE Közlemények* 2002/43. 154–156.

[13] A merchandisingnek ezt a gazdasági előnyét hangsúlyozza amerikai és német tapasztalatok alapján Vida Sándor: A merchandising védjegyjogi oltalma, *Védjegyvilág* 1995/3. sz. 10–17. cikkében.

oltalomnak előnye viszont az, hogy – a védjegyoltalomtól eltérően – nincs áruosztályhoz kötve és az oltalmi ideje is hosszú.

A *védjegyjogi* szabályok is meghatározó jelentőségűek a merchandising szempontjából. A merchandisingben használt ábrázolások széles köre részesíthető védjegyoltalomban, így a személynevek, felvett nevek, képzelt személyek nevei, fényképek, hangfelvételek stb. Negatív oldalról megközelítve pedig nem részesülhet védjegyoltalomban az a megjelölés, amely másnak személyhez – különösen névhez, képmáshoz – fűződő korábbi jogát sértené.

A *további jogszabályok* közül jelentősek a Polgári Törvénykönyv személyiségvédelemre vonatkozó szabályai (név, képmás és hangfelvétel joga), valamint a versenyjogi szabályok, amelyek speciális abszolút jellegű oltalom hiányában másodlagos oltalmat biztosítanak a jogosult számára. Ugyancsak fontos megemlíteni ebben a körben a gazdasági reklámtevékenységről szóló törvény rendelkezéseit, és nem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy a jogellenes merchandising tevékenységnek büntetőjogi következményei is lehetnek.

A merchandising körében az arcukatvitel megfelelő szabályozására *különböző szerződéstípusok* többé-kevésbé alkalmasnak bizonyulnak.

A merchandising figurák felhasználását a szerzői jog területén a kiadói szerződések, a megfilmesítési szerződések, a képgrafikai alkotások felhasználási szerződésai, továbbá az alkalmazott grafikai művek felhasználási szerződésai biztosítják. Nagy jelentőséggel bírnak e körben a reklámszerződések is. Ezekben az esetekben a felhasználó szerződést köt valamely ismert személlyel szerzői jogi oltalom alá eső alkotás (pl. rajzfilm) vagy az iparjogvédelem körébe tartozó védjegy vagy formatervezési minta jogosultjával nevének, képmásának, hangjának, illetve alkotásának reklámcélú felhasználására, természetesen díjazás ellenében. Az ilyen felhasználások egyik gyakori változataként lehet említeni a szponzorálási szerződéseket, melynek keretében sportolók, művészek, hírességek rendszeres támogatás fejében engedélyezik nevük és képmásuk reklámcélú felhasználását.<sup>[14]</sup>

Az említetteken kívül a merchandising-felhasználások körében jelentősek lehetnek a kereskedelmi név névfelhasználásra irányuló szerződések, valamint a franchise-szerződések. A merchandising-figurák különböző felhasználási módjai alapján látható, hogy tipikusan egyetlen jogintézmény (pl. védjegy vagy szerzői jog) felhasználásával kötik meg az ilyen tárgyú szerződéseket. Ez azzal a következménnyel jár, hogy egyetlen szerződésben nem tudják rendezni az ilyen felhasználások sajátos jellegéből adódó számtalan jogi problémát. Kívánatos lenne ezért több jogintézményt is érintő, a felhasználás valamennyi területére kiterjedő komplex szerződések alkalmazása a merchandising területén.

Azt gondolom, hogy az előzőekben sikerült érzékeltetni a merchandising felhasználások szerteágazó bonyolult viszonyrendszerét, bemutatni a szabályozásában szerepet játszó jogintézményeket és a különböző típusú szerződéseket, melyeket értékelve levonható az a következtetés, hogy a merchandising körében

[14] Tattay Levente: A merchandising, *Külgazdaság Jogi Melléklet* 2002/6. sz. 88.

egy önálló szerződéstípus kialakítására és elismerésére megfelelő típusalkotó ismérvek hiányában nincs lehetőség.

## V. A LICENCIA SZERZŐDÉSEK ÚJRASZABÁLYOZÁSA MINT LEHETSÉGES MEGOLDÁS

Mint említettük, az iparjogvédelmi szerződések Ptk.-ba való integrálásának a lehetősége a kodifikáció során elsősorban a licencia szerződések vonatkozásában merült fel, e szerződések közös szabályainak meghatározása útján. Ennek igényét az új Kódex megalkotásának legfontosabb elveit meghatározó Konceptió is tartalmazta, nevezetesen: „A külön törvényekben szereplő felhasználási szerződés (licencia szerződés) általános szabályait a jelenlegi külön törvényekből az új Ptk-ban kell integrálni”.

Az indokok abban foglalhatók össze, hogy ezáltal megszüntethetők lennének a külön törvényekben szereplő párhuzamos szabályok, kiküszöbölhetők a felesleges eltérések, továbbá megfelelő jogi keretek közé kerülnének a nem nevesített szellemi termékekre vonatkozó felhasználási szerződések.<sup>[15]</sup> Ennek alapján kimunkálásra kerültek a licencia szerződés polgári jogi kódex szintű szabályai, amelyek azonban nem kerültek be sem a Szakértői Javaslatba, sem a későbbi törvénytervezetbe.

A Faludi Gábor által készített, a licencia szerződés új szabályait tartalmazó javasolt normaszöveg 2008-ban került publikálásra a szerző szerint abból a célból, hogy „a jogalkotó számára a javaslat elérhető legyen, ha azt egészében vagy részeiben később fel kívánná használni”.<sup>[16]</sup> A javaslat nem tartalmaz rendelkezéseket licencia szerződés valamennyi létszakára vonatkozóan figyelemmel arra, hogy bizonyos kérdéseket továbbra is a szerzői jogi és iparjogvédelmi törvények szerződési szabályai, mint speciális rendeznének, más esetekben pedig a szerződéstípus mögöttes szabályaként az általános szerződési szabályok érvényesülnének.

A normaszövegben a főbb tartalmi elemek között szerepelnek: a licencia szerződés fogalmának meghatározása, a hasznosítási jog területi és időbeli hatálya, a hasznosítási jog kizárólagossága, átruházása és átszállása, az engedélyező jogutódlásának hatása, a hasznosítási jog terjedelmének túllépése a kellékszavatosság, valamint a licencia szerződés megszűnésére vonatkozó rendelkezések, amelyek közül csupán a licencia szerződés fogalmával kapcsolatos lényegi kérdéseket érintjük.

A javasolt szabályozás a licencia szerződést *önálló, több altípust átfogó szerződéstípusként* nevesíti, amely magában foglalja mind a szellemi alkotások, tel-

[15] A Konceptiónak a szellemi alkotásokhoz fűződő jogokat érintő további elemeiről l.: Faludi Gábor: Szerzői jog, iparjogvédelem és a Ptk. koncepciója I. rész, *Polgári Jogi Kodifikáció* 2003/2. sz. 3-4.

[16] A javasolt normaszöveg megtalálható Faludi Gábor: A licencia szerződés, *Polgári Jogi Kodifikáció* 2008/2. sz. 12-23. tanulmányában

jesítmények, árujelzők (szellemi tulajdon oltalmi tárgyai), mind a kereskedelmi név és más személyhez fűződő jogok valamint egyéb, törvényen alapuló nem dologi vagyoni értékű kizárólagos jogok tárgyai hasznosítási engedélyezését.

A licencia szerződés általános fogalma az említettekén kívül átfogja a hangfelvételek, rádió- és televízió műsorok, filmek, adatbázisok, felhasználására és a know-how hasznosítására kötött licencia szerződéseket is, hiszen ezen oltalmi tárgyakra nevesített licencia szerződési altípus nem létezik.

A javaslatot érintő kritikai vélemények nem a jogi rendezés tárgyára és módszerére vonatkoztak, hanem a szabályozás helyére és absztrakció szintjére összpontosultak.<sup>[17]</sup> Véleményem szerint több előnnyel, mint hátránnyal járna a licencia szerződés általános szabályainak a magánjogi kódexbe való beillesztése elméleti és gyakorlati szempontból egyaránt. A javasolt megoldás *közvetlen jogi rendezést* biztosítana, a dolgozatban említett atipikus szerződések területén azáltal, hogy kifejezetten szabályozza a know-how licencia szerződést, a kereskedelmi név használatának engedélyezését (amely a franchise szerződések tipikus tartalmi elemét jelenti) továbbá az új szabályrendszer a merchandising felhasználások engedélyezésére is számos esetben alkalmazható lenne. Nem szólva a szerző által is említett, tömegesen előforduló egyéb licencia tárgyokról, (pl., sportjogi kizárólagos közvetítési jog, orvosi praxisjog, a személyhez fűződő jogok, gyakorlása körében tett cselekmények engedélyezésére irányuló szerződések a film-, a média-, reklám divatiparban stb.), amelyeknél szintén kívánatos, hogy az ilyen típusú engedélyezések is megfelelő jogi keretek közé kerüljenek.

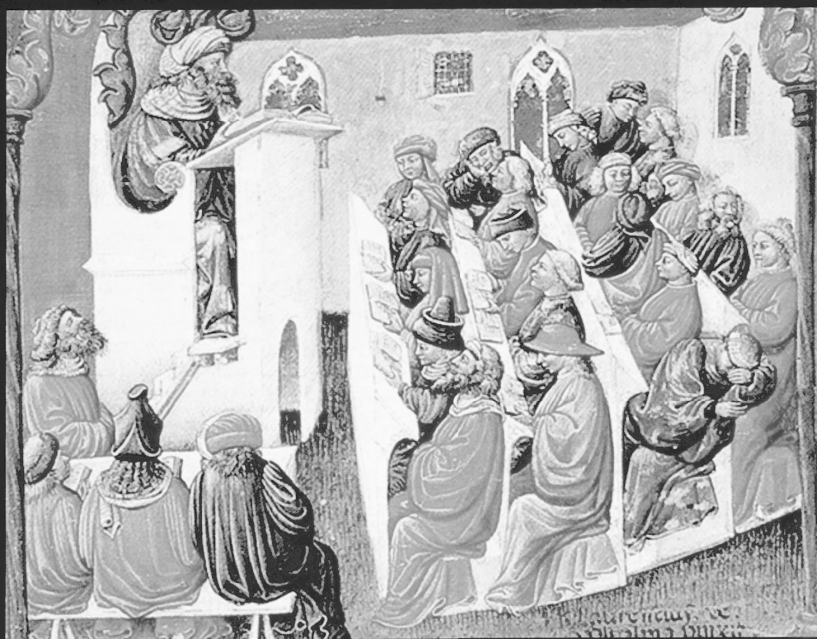
Ehhez képest azok a hátrányok és kétség kívül meglévő problémák, amelyek az új szerződéstípusnak a Ptk. szerződési rendszerébe történő beillesztése kapcsán jelentkeznének, vagy a szerzői jogi és iparjogvédelmi törvényekre való, a megszokottnál több utaló szabály alkalmazásának nehézségeiből adódnának, álláspontom szerint kisebb jelentőséggel bírnak.

[17] *Uo.* 12.

# „Optimi nostri”

Díjnyertes tudományos diákköri dolgozatok

2007.



Széchenyi István Egyetem  
Deák Ferenc Állam - és Jogtudományi Kar  
Győr