

Náthon Natalie

A JÖVŐ VÉDJEGYEI¹

A technika folyamatos fejlődése nincs messze attól, hogy forradalmian új megoldások szülessenek a következő években. Ebből a védjegyek – mint a kommunikáció rendkívül hatékony eszközei – sem maradhatnak ki, újabb és újabb megoldások születnek. Információ- és reklámtartalmuk, jelképfunkciójuk, valamely vállalkozás arculatának megjelöléseként folyamatosan, globálisan, könnyen hozzáférhetően jelen van a piac minden szegmensében. Segítségükkel a vállalkozások növelhetik piaci részesedésüket, hírnevüket, ismertségüket, és elősegíthetik a fogyasztók hűségének kialakulását és megtartását.

Ahhoz, hogy valamely vállalkozás egyedi legyen a piacon, könnyen felismerhető, az emlékezetben azonnal rögzülő, új megoldások kifejlesztésére, kialakítására vagy régi megoldások továbbgondolására, módosítására, korábbi elemek új színben való feltüntetésére van szükség.

Ehhez is nyúl a marketinginnováció, amely új marketingmódszerek alkalmazását jelenti az értékesítés növelése érdekében, megcélozva a fogyasztói szükségleteket, új piacok megnyitását vagy a termékek új célú piaci elhelyezését, nem ritkán új formátumú védjegyeket alkalmazva.

Jelen tanulmányban röviden áttekintjük, milyen új – jelenleg a piacon kevésbé fellelhető – védjegyekkel találkozhatunk a jövőben.

A mozgóképvédjegyek²

Talán az új típusú védjegyeknél az egyik legkönnyebben lajstromozható védjegytypus. A szórakoztatóiparban találkozunk vele a leggyakrabban, hiszen mozifilmek, rajzfilmek vagy dokumentumfilmek elején gyakran láthatók a film gyártójának vagy forgalmazójának nevét reklámozó rövid mozgóképek.

A mozgóképek védjegyként történő lajstromozását mind az Egyesült Államok, mind Európa elismeri, hiszen álláspontjuk szerint alkalmas arra, hogy valamely vállalkozás áruit vagy szolgáltatásait megkülönböztesse más vállalkozások áruitól vagy szolgáltatásaitól. Továbbá grafikai ábrázolása is, a többi új típusú védjegyhez képest, egyszerű.

¹ A szerző ezúton szeretne köszönetet mondani dr. Faludi Gábornak támogatásáért és tanácsaiért.

² Sok elnevezéssel bír: motion mark, animated marks, moving marks, moving image marks, kinetic marks és movement marks.

Bármely megjelölés védjegyoltalom tárgya lehet, ha származásra utaló funkcióját be tudja tölteni, illetve üzenetet tud közvetíteni az áruk, illetve szolgáltatások és a fogyasztó között, és erre a mozgóképek is alkalmasak.

A mozgóképek esetén a védjegy valamely mozgás révén változtatja alakját, míg a szemlélő ugyanazon helyzetben áll.³ Sokan úgy vélik, hogy valójában a mozgóképvédjegyek az ábrás védjegyek és a filmek között helyezkednek el. Azaz nem feltétlenül iparjogvédelmi eszközökkel kellene oltalom alá helyezni, hanem elegendő lenne számukra például a szerzői jogi oltalom is. Mi is ezen védjegyek közös jellemzője? 1. Kép vagy mozgó képek váltakozása egy adott sorrendben (és ütemben); 2. a mozgóképek folyamatát egyként kell vizsgálni, azaz a megjelölés magából a képsorból áll; 3. a folyamat önmagától aktiválódik (ellentétben a hologramokkal); 4. a védjegy magából a mozgásból áll; 5. a mozgás bemutatása többnyire grafikai úton történik, azonban ez a grafikai ábrázolás oltalmat nem igényel.

A mozgóképek a fogyasztó figyelmét jobban lekötik,⁴ hamarabb rögzülhet egy jól sikerült kis képsorozat. Nem is beszélve arról, hogy a védjegy e típusa az internet segítségével nem ismer sem időbeli, sem területi korlátokat – reklámeszközként igen hatékony.

Az Európai Unióban az elsők közé tartozott a *Lamborghini*-ügy.⁵ A mozgóképvédjegy – amelyet az Egyesült Államokban lajstromoztak,⁶ de közösségi védjegyként nem – a Lamborghini sportautók ajtajának nyitási és zárási folyamatát ábrázolta. Az ajtó különlegessége, hogy alulról felfelé nyílik, és felülről lefelé záródik.⁷ A Lamborghini-ügyben az elbíráló úgy ítélte meg, hogy a bejelentett megjelölés térbelinek tekintendő, továbbá hogy ez a forma funkcionálisnak minősül, ennek megfelelően a lajstromozást megtagadta. Az elbíráló határozatát a fellebbezési tanács helybenhagyta. A döntés kétségekívül helyes volt. A

³ *Stefano Sandri-Sergio Rizzo*: Non-conventional trade marks and community law. Marques, Egyesült Királyság, 2003.

⁴ Az Egyesült Államokban igen népszerű és közismert mozgóképvédjegy (amelyet akár az alább tárgyalt mozdulatsorvédjegyekhez is besorolhatnánk) a Peabody Management, Inc., 2710415 lajstromszámú védjegye, amely vizuális és mozgó elemekből áll. Eredete 1933-ra vezethető vissza, amikor a szálloda igazgatója elment Arkansas államba vadászni, és miután túl sok Jack Daniel's Tennessee whiskey-t ivott, arra gondolt, hogy milyen mulatságos is lenne, ha a szálloda halljában levő szökőkútba néhány élő kacst tennének. A megjelölés „bemutatásának” lényege, amelyre mindig a Peabody Hotelekben kerül sor, kacsák piros szőnyegen való meneteléséből áll (The Peabody Duck March), míg végül a kacsák a lobbyban található szökőkútba bele nem mennek egy odahelyezett lépcsőn keresztül („The mark consists of the live visual and motion elements of The Peabody Duck March as performed at The Peabody Hotels, only one segment of which is depicted in line art in the drawing. The motion elements include the red carpet being rolled out, the appearance of the ducks and uniformed Duckmaster at the elevator door, and the march of the ducks down the red carpet, up the steps, and into the fountain where they begin swimming. The mark also includes the fanfare in reverse sequence”). Bővebben: The Legend of the Ducks: http://www.peabodymemphis.com/peabody_ducks/

⁵ R 772/2001-1. sz. ügy.

⁶ Automobili Lamborghini Holding S.p.A., USPTO, Registration Number: 2793439.

⁷ The trademark refers to a typical and characteristic arrangement of the doors of a vehicle. For opening the doors are „turned upwardly”, namely around a swivelling axis which is essentially arranged horizontal and transverse to the driving direction.

bejelentő észlelte, hogy semmilyen műszaki alkotásként sem tudja oltalom alá helyezettetni az ajtót, ezért kerülőúttal próbálkozott. Sikere esetén örökre a javára szóló oltalom védte volna a függőlegesen nyíló, egyébként praktikus, helytakarékos ajtót.

A *Beecham Group Plc.* nem kevésbé volt szerencsés. Védjegy-bejelentési kérelmét,⁸ amelynek leírása a következőképpen szól: „*The mark is a moving 2-dimensional image. The four graphic representations of the mark show four examples of different positions of the mark in movement. The mark is a mouth, the lip positions of which change in synchronisation to spoken words. The mark captures the visual effect of the mouth as it 'speaks'...*” (olyan kétdimenziós mozgóképből áll a megjelölés, amely egy „száját” ábrázol amint mozog), végül visszavonta, miután az elbíráló elutasította volna feltétlen kizáró okokra hivatkozással. A *Tege Patent AG* megjelölésének lajstromozását, amely egy sült krumplit tartalmazó pohár forgásából áll,⁹ az OHIM szintén megtagadta.

A kérdés csak az, hogy van-e jelenleg olyan, mozgóképekből álló közösségi védjegy, amely végül lajstromozásra került? Nemzeti szinten, elsősorban Németországban szép számmal kerültek ilyen megjelölések lajstromozásra, közösségi szinten az elsők között került lajstromozásra a *Berggren Oy Ab* védjegye, amely egy hat képből álló mozgóképből áll, amelynek során egy madár nyitogatja a szárnyát,¹⁰ vagy a *Verisign* védjegye,¹¹ amelynek leírása egy kis reklámfilmnek felel meg. 2005 óta jelentősen növekedett a bejelentések száma, azaz egyre népszerűbb az ilyen típusú megjelölések iránti igény.¹²

⁸ 696872. sz. bejelentési kérelem a 3., 5. és 21. osztályba tartozó áruk (fogkrém, fogkefe stb.) vonatkozásában.

⁹ „The trade mark consists of a spinning cup of French fried potatoes rotating at a speed of between 500 and 700 rpm as shown for illustrative purposes only in the attached graphic representation; the direction of spin may be clockwise or anti-clockwise.”

¹⁰ „The mark comprises six still pictures representing a moving image (the numerical indications do not belong to the mark). Picture number 1 is the starting point with a stylized green coloured bird starting to open its wings. In the subsequent pictures the bird's wing/s is/are opening progressively to the highest position which is shown in the final picture number 6. The process described above then repeats itself beginning from picture 1. Indication of colour: Green.” Lajstromszám: 1864610.

¹¹ „The mark consists of a series of movements depicted as follows: Step 1 shows the beginning of the check mark element being drawn, as well as the beginning of the circle element being drawn; and step 2 shows the check mark element continuing to be drawn and the completion of the circle element; and step 3 shows the complete circle design, the check mark element continuing to be drawn through the addition of square elements moving into place to form the pixelized end of the check mark; and step 4 shows the complete circle element, the complete check mark element, and the start of the capsule element being drawn as it extends from the right-hand side of the circle element at the top and bottom; and finally, step 5 shows the complete mark consisting of the circle element, check mark element (including the pixelized end of the check mark), capsule element extending off of the right-hand side of the circle element framing the wording 'VERISIGN SECURED'. Lajstromszám: 4366001.

¹² A legfrissebb bejelentés 2009. szeptember 16-án történt, a Microsoft logójának mozgókép segítségével való megjelenítése [„The mark consists of an animated sequence that begins with four objects of colored light (one each in the color red, green, yellow and blue) that appear in a staggered sequence and swirl around one another in distinct arcs, expanding in size and illumination intensity until they converge and form a four paneled flag image with a circular white light in the center that oscillates with varying illumination intensity. The total length of the animated sequence is approximately seven seconds.”] 8553133. sz. védjegybejelentés.

Mint ahogyan fentebb is láttuk, a mozgóképekből álló védjegyek lajstromozási lehetősége elismerésre került, azaz a joggyakorlat úgy ítéli meg, hogy e megjelölésfajta alkalmas arra, hogy származásra utaló jelzéseként be tudja tölteni rendeltetését. A *Qualitex*-ügy szerint gyakorlatilag bármi képezheti védjegy tárgyát, ameddig a fogyasztók valamely származási forrással azonosítják be.¹³

Mint ismeretes a védjegyjog célja az, hogy a fogyasztó a védjegy segítségével összekösse a terméket az előállítóval. A védjegyek hatalmas gazdasági erővel rendelkeznek mint a „brand”-ek szimbolikus megtestesítői, következésképpen számukra elsődleges cél az, hogy a fogyasztók felé egyértelműen és világosan fémjelezzék a velük ellátott árukat vagy szolgáltatásokat. Tekintettel arra, hogy a verseny milyen nagy, és a küzdelem milyen elszánt, a fogyasztók megszerzése érdekében újabb és újabb megoldásokra és ötletre van szükség.¹⁴

A többi, új típusú védjeggyel való összehasonlítás révén megállapíthatjuk, hogy a mozgóképekből álló védjegyek kissé elütnek. Hiszen akár úgy is tekinthetünk rájuk, hogy tulajdonképpen ábrás (vagy néhol szó-) védjegyek sorozata, azaz nem biztos, hogy az új típusú védjegyek közé kellene őket besorolni. Az ilyen védjegyek nem közvetlenül valamely érzék-szervre hatnak, figyelembe véve természetesen azt, hogy a látáson keresztül tudatosulnak bennünk. Felfogásuk, észlelésük hamarabb megvalósul, érzékelésük azonnali, hasonlóan a szó- és ábrás védjegyekhez.

A mozgóképekből álló megjelölés jelentős eszköz egy vállalkozás számára. Egyrészt segítségével egyedülálló megoldások, rövid spotok lajstromozhatók, másrészt figyelemfelhívó szerepet töltenek be, a Netscape számítógépprogram beindításánál pl. egy animációs képsorozat indul meg, amelyet a program futtatásának időtartama alatt folyamatosan lehulló meteoritok vesznek körül. Tekintettel arra, hogy manapság életünk részévé vált az internet, használata nélkül el sem képzelhető egy nap, az ikon „kisfilmje” nagyon könnyen rögzül. A Netscape e „folyamat” levédetésével¹⁵ nagyon értékes brandet épített ki, amely kizárólag vizuális elemekből áll.

¹³ *Qualitex Co. v. Jacobson Product Co., Inc.*, 514 U.S. 159 (1995). Ez, a Legfelsőbb Bíróság által hozott ítélet nyitotta meg a kapukat az Egyesült Államokban ahhoz, hogy az új típusú védjegyek is bizonyos feltételek mellett lajstromozhatóak legyenek. „The language of the Lanham Act describes that universe in the broadest of terms ... Since human beings might use as a ‘symbol’ or ‘device’ almost anything at all that is capable of carrying meaning, this language read literally, is not restrictive”.

¹⁴ Ezen típusú védjegyek mellett érvel a következő tanulmány is *William M. Landes–Richard A. Posner*: The Economics of Trademark Law. The Trademark Reporter, 78. évf. 267. sz., 1988: ”The ability of motion marks to draw the consumer’s attention and present information in a purely graphic way facilitates sensory memorization of the brand; because it is harder to recall long than short phrases, a lengthy advertising message that is difficult to recall will convey less information about the firm’s product, so search costs will rise. Thus, the use of motion marks is one example of how companies can expand their branding options and also reduce consumer search costs. Hivatkozás: *Lesley Matthey*: Rock, paper, scissors, trademark? A comparative analysis of motion as a feature of trademarks in the United States and Europe, *Cardozo Journal of International and Comparative Law*, 2006, Fall, p. 557–590.

¹⁵ Lajstromszám (USA): 2077148.

A szóban forgó megjelölések¹⁶ a multimédiás reklám legjobb eszközei¹⁷ a filmekben, televíziós műsorokban vagy az interneten, hiszen úgy keltik fel érdeklődésünket, hogy valamely más program miatt ülünk le a képernyő elé, az ún. reklámcélú védjegyelhelyezés (*placement*) egyik legjobb és leghatékonyabb módja ilyen megjelölések hozzáférhetővé tétele.¹⁸

E védjegyek lajstromozása jóval egyszerűbb, mint a többi új típusú védjegyé. A bejelentéshez elegendő maguknak az ábrázolásoknak a benyújtása oly módon, hogy az állóképek sorozatából áll, amelyeket ha egymás mellé teszünk, megmutatják a mozgás folyamatát. Egyes hivatalok, így a Belső Piaci Harmonizációs Hivatal is, írásban kérnek leírást a folyamatról (tartalmazhatja a folyamat gyorsaságát, irányát stb.). Másodlagosan kérhető még (ez nem feltétel a közösségi védjegynél) digitális felvétel a lajstromoztatni kívánt megjelölésről.¹⁹ Az USA védjegybejelentésre vonatkozó követelményei hasonlóak.²⁰

Ahogy a bejelentésre vonatkozó követelményekből kiderül, jóval egyszerűbb az ilyen típusú védjegy grafikai ábrázolása, mint az egyéb új típusú (illat, tapintás, íz stb.) védjegyeknél. Az internet lehetővé teszi, hogy a mozgóképekből álló megjelöléseket mind az elbíráló, mind a potenciális bejelentő vagy versenytárs azonnal megismerje a védjegyhivatalok lajstromaiban. Ezenfelül az ilyen típusú védjegyek jó része önmagában vett megkülönböztető-képességgel is rendelkezhet, azaz az ún. *secondary meaning* megszerzése/bizonyítása nem feltétele a lajstromozásnak.

Ha típus²¹ szerint szeretnénk besorolni a mozgóképekből álló védjegyeket, először is a számítógép segítségével elkészített animációs megjelöléseket kell emlitenünk. Ezek a leggyakoribbak, és gyakran a bejelentő cég meglévő szó- vagy/és ábrás védjegyei felhasználásával jönnek létre.²²

¹⁶ Amelyek lehetnek akár filmklippek, vagy akár tévéshowk mozgó logói.

¹⁷ Smell, Sound and Taste – Getting a Sense of Non-Traditional Marks. WIPO Magazine, 2009. 1. sz.

¹⁸ *Mattey*: i. m. (14): „Some trademarks are positioned so that they can even move across rather wide technology gaps, and these are the ones that seem to live on and on ... Trademark versatility is linked to its longevity.”

¹⁹ WIPO General Assembly, Thirty-Eighth (19th Ordinary) Session, Geneva, September 22 to October 1, 2009. Report on the work for the Standing Committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications (SCT) on areas convergence concerning the representation of non-traditional marks.

²⁰ TMEP §807.11: Marks With Motion: If the mark has motion, the drawing may depict a single point in the movement, or the drawing may depict up to five freeze frames showing various points in the movement, whichever best depicts the commercial impression of the mark. The applicant must also describe the mark. If the mark includes motion (i.e., a repetitive motion of short duration) as a feature, the applicant may submit a drawing that depicts a single point in the movement, or the applicant may submit a square drawing that contains up to five freeze frames showing various points in the movement, whichever best depicts the commercial impression of the mark. The applicant must also submit a detailed written description of the mark).

²¹ *Mattey*: i. m. (14).

²² Lásd pl. a már említett Verisign-védjegyet.

A mozgóképek másik típusa valamely termék és annak mozgása.²³ Ilyen esetekben Mattley szerint felmerül a már korábban a *Lamborghini*-ügyben említett funkcionalitás kérdése is. Az ilyen védjegyek határtalan lehetőségeket és variánsokat biztosítanak a bejelentők számára, azonban lajstromozásuk nehezebb.

Felmerülhet az a lehetőség is – bár a közösségi joggyakorlatban ilyenrel még nem találkoztunk –, hogy egy animációt hanggal látnak el. E sorok szerzője szerint ilyen esetben a „dallam” vonatkozásában külön védjegybejelentést kell tenni, hiszen arra a mozgóképekből álló védjegy oltalma nem terjed ki, azaz külön, hangvédjegyként kezelendő. Más szóval a kérdés az, hogy audiovizuális mozgókép-megjelölés esetén egy vagy két megjelölésről van-e szó. Az nyilvánvaló, hogy az „audio-” sáv fizikailag elválasztható megjelölés (eltekintve itt a hangvédjegy-lajstromozás nehézségeitől). Az azonban megfontolható, hogy a két megjelölés kombinációját (összetett védjegy) kezelheti-e a bejelentő egy megjelölésként, és kérheti-e az oltalmat úgy, hogy a hang és a kép együtt alkotja a védjegyet. Ez sem zárható ki, de ekkor megnő annak a kockázata, hogy a hangrész más általi használata önmagában megvalósítja-e a „kombinált” védjegy bitorlását. Érdemes továbbá azt is átgondolni, hogy egy ilyen típusú, „összetett védjegy” esetén vajon melyik tényező minősülne domináns elemnek, amennyiben a bitorlás lehetősége felmerül? Miről ismeri fel a fogyasztó a megjelölést: a hangjáról, a színéről vagy a mozgásról? Melyik elemnek tulajdonít nagyobb jelentőséget? Az elbírálónak az összbenyomás vizsgálata mellett számos egyéb faktort figyelembe kell vennie. Precedens hiányában csak találgatni tudunk.

Hasonló probléma merülhet fel, ha a megjelölés egyben több színből is áll. Kérdés, hogy idővel lesz-e arra lehetőség, hogy „komplex” védjegyek is oly módon kerüljenek lajstromozásra, hogy egy eljárásban bírálják el őket; jelenleg csak arra van mód, hogy ha kizárólagosságot szeretne a bejelentő egy mozgóképekből álló védjegy esetén, az összes benne szereplő elemet le kell védenie (beszélhetünk jelen esetben akár szó-, ábrás, hang- vagy színvédjegyekről is). Ezeknek a levédetése jelenleg nem egyszerű, és nem is olcsó. A szó- és ábrás védjegyekből álló összetett védjegyeket – érthető módon – ábrás védjegyként kezelik, de mi van, ha más típusú védjegyek együtteséből álló megjelölésről van szó?

Végül a fentiekkel összefüggésben, a több típust magukban foglaló védjegyek elbírálásánál Matthey arra a hatályos amerikai szabályozásra hívja fel a figyelmet, amely szerint „*an application must be limited to only one mark*”.²⁴ Ezen probléma feloldására szükség lenne mind az Európai Közösségben, mind az Egyesült Államokban.

²³ Lásd a Tege Patent AG védjegyét, amely egy sült krumplit tartalmazó pohár forgásának folyamatából áll vagy a *Lamborghini* ajtajának mozgását.

²⁴ TMEP §807.01: „An examiner should refuse registration if the matter presented in the drawing specimen does not constitute a single mark”.

Mozdulatsorvédjegyek²⁵

Ezeket a védjegytypusokat gyakran a mozgóképvédjegyekkel együtt szokták vizsgálni. Ezeknél a védjegytypusoknál is egy sorozatról van szó, csak ebben az esetben egy mozdulatsorról beszélünk. A mozdulatsorvédjegyek esetén azt látjuk, hogy az oltalom kiterjeszhető bármilyen fizikai mozdulatra, mozdulatkombinációra, illetve mozdulatsorra.

Mozdulatsor lajstromozására elsőként az egyébként igen szigorú Egyesült Királyságban került sor.²⁶ A mozdulatsor lényegében abból állt, hogy egy személy megérinti kezével orrának a keze felé eső oldalát.²⁷ *Sandro és Rizzo* azon az állásponton vannak, hogy ez a mozdulat nem igazán minősül figyelemkeltőnek,²⁸ azaz nem biztos egyrészt az, hogy a fogyasztók egyáltalán valamely származásra utaló jelzésként fogják fel, továbbá az sem biztos, hogy alkalmas valamely vállalkozás áruit vagy szolgáltatásait más vállalkozás áruitól vagy szolgáltatásaitól megkülönböztetni. Az ilyen típusú megjelölésnek különösen egyedinek kell lennie, és olyan kontextusban szerepelnie, ahol eredetjelölő funkciója minden fogyasztó számára egyértelműen kiderül.

Közösségi védjegyként elsőként a Deutsche Telekom „T” betűt ábrázoló megjelölése került lajstromozásra.²⁹ Ezt követően elsősorban a nemzeti védjegyhatóságoknál³⁰ számos mozdulatsorvédjegy került bejelentésre.³¹ Az ilyen típusú védjegyek lajstromozását többnyire szolgáltatások vonatkozásában igénylik. A védjegy-bejelentési kérelem tartalma hasonló a mozgóképvédjegyekéhez: a bejelentéshez elegendő maguknak az ábrázolásoknak a benyújtása oly módon, hogy az állóképek (esetünkben általában fényképek) sorozatából áll, amelyeket ha egymás mellé teszünk, megmutatják a mozgás folyamatát. Itt is mellékelni kell

²⁵ Gesture marks.

²⁶ Miközben a liberálisabb Egyesült Államokban a mai napig nincs ilyen típusú védjegy lajstromozva.

²⁷ Derbyshire Building Society, U.K. Reg. No. 2012603 (The mark is a gesture made by a person by tapping one side of his/her nose with an extended finger, normally the index finger of the hand on the side of the nose being tapped).

²⁸ *Sandri-Rizzo*: i. m. (3), p. 159.

²⁹ Deutsche Telekom AG, CTM No. 002818334. [Two hands form a ‘T’, in which, from the position of the viewer, the right hand, stretched out flat with fingertips pointing upwards (so that only the narrow edge of the hand is visible) moves from the upper left of the image to the centre, while the left hand, also stretched out flat with fingertips pointing upwards and viewed from the side, moves from the upper right of the image to the centre; both hands then meet in the centre of the image with the upwards-pointing fingertips of the right hand touching the surface of the left hand roughly in the centre; the viewer therefore sees a side view of the descending left hand coming to rest on the fingertips of the ascending right hand; as a result of this movement, the viewer is able at this point to recognise the letter T].

³⁰ Jelenleg a világon a védjegy hivatalok egyharmada teszi lehetővé az ilyen típusú védjegyek lajstromozását. Forrás: World Trademark Review.

³¹ Ilyen például a Benelux államokban a TWIX csokoládé vonatkozásában a Mars BV által lajstromozott védjegy (gesture of two cutting fingers).

írásban a mozdulatsor leírását (amely tartalmazhatja a sorrendet, a folyamat gyorsaságát, irányát stb.). Másodlagosan kérhető még (nem feltétel a közösségi védjegnél) egy digitális formában készített (pl.: DVD-n) felvétel a lajstromoztatni kívánt megjelölésről.³²

E témakörben kevés szakirodalommal rendelkezünk, mindenesetre úgy tűnik, hogy az ilyen típusú védjegyek esetében a használat révén megszerzett megkülönböztetőképesség bizonyítása elengedhetetlen. Főleg amiatt, hogy az ilyen védjegyeknél a fogyasztók számára még kevésbé egyértelmű, hogy eredetjelzőről van szó. Olyan mozdulatsorokat, amelyeket mindennap használunk (pl. a kezünkkel egy telefonkagyló alakjának képzése – amit arra szoktunk használni, hogy majd beszélünk, majd hívlak, vagy a békét jelképező híres mozdulat) nyilván védjegyként nem lajstromozhatunk, hiszen az már a közérdekbe ütközik. Új mozdulatsorok kitalálása/kidolgozása és bevezetése a piacra, majd oltalom alá helyezése pedig nehéz és költséges feladat.³³

Bár a Nokia „jelképe”, a két találkozó kéz mozgóképvédjegyként van levédve, nem valószínű, hogy ha valóságos emberi kezekkel kerül ábrázolásra, lajstromozásra kerül a mozdulatsor védjegyként. Azonban ez nem jelenti azt, hogy egy emberi mozdulatsor és annak animációs változata kétféle típusú védjegyként ne lehetne lajstromozható. Ez mindig az adott árutól vagy szolgáltatástól és a megjelölés egyediségétől függ. A joggyakorlat hiánya, az ajánlások szűkszavúsága egyelőre nem teszi lehetővé, hogy általános szabályokat állapítsunk meg.

A kézmozdulatsorok igen népszerűek a könnyűzene sztárjai vagy a sportolók körében is, egyúttal néha már bitorlási ügy tárgyai. Page Falkinburg birkózó népszerű kézmozdulatának³⁴

³² WIPO General Assembly, Thirty-Eighth (19th Ordinary) Session, Geneva, September 22 to October 1, 2009. Report on the work for the Standing Committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications (SCT) on areas for convergence concerning the representation of non-traditional marks.

³³ Érdekes a Henkel védjegye (lajstromszám: 002762813), amely átmenetet képez a mozgókép- és a mozdulatsorvédjegyek között, hiszen egy kézmozdulatot ábrázol, amely csillogóvá teszi a haját. [Moving mark consisting of 6 individual images. The representation time is 14.5 seconds; the filmic representation is set out as follows: the movement of a hand is shown, stroking the hair of a woman; image 1: representation time: 1 second; the side profile of a woman is shown (head turned to the left); a hand lies on her hair, not far from the hairline; image 2: representation time: 1.5 seconds: the hand strokes the woman's hair; only the hair and the left eye of the woman are visible; her hair has a sheen at the hairline; image 3: representation time: 2 seconds; the hand strokes the woman's hair, coming to rest further down the hair; the sheen on her hair moves as the hand moves downwards; side profile of the woman (head turned to the left, only the left eye showing); image 4: representation time: 2.5 seconds: the hand continues to stroke the woman's hair; white dots appear at the hairline; a sheen appears on the hair underneath; side profile of the woman, head turned to the left, face showing down to the mouth; image 5: representation time: 3.5 seconds: the white dots and the sheen on the hair move further downwards along the hair; the hand is no longer visible; image 6: representation time: 4 seconds: side profile of the woman without the hand on her hair; the white dots and the sheen move further downwards and come to rest at the end of the hair. Indication of colour: Black, brown, skin-colour, white.]

³⁴ „Diamond Cutter” hand signal: „Page, a professional wrestler, created and developed a hand sign which formed the shape of a diamond to promote his persona in the entertainment industry”; <http://www.ddpbang.com/>

(amelyet minden verseny előtt alkalmazott) utánzása miatt Jay-Z rapper ellen (aki előadásai során és lemezborítói is használta a mozdulatot) szerzőjog-sértés és védjegybitorlás miatt keresetet indított 2005-ben.³⁵ Bár védjegyoltalommal nem rendelkezett, keresetében arra hivatkozott, hogy a kézmozdulat *secondary meaningre* tett szert, azaz használat révén megkülönböztetőképességet szerzett.

Végül elgondolkoztató kérdés az, hogy vajon a mozdulatsorvédjegyek esetében – analógia útján a német, Braille írással megalkotott tapintásvédjegyhez – elképzelhető-e jelbeszéddel „leírt” megjelölés védjegyként történő lajstromozása. Jelenleg ilyen típusú védjegybejelentésre még nem került sor. Hasonlónak mondhatnánk a Deutsche Telekom „T” betűt formáló védjegyét, azonban annak kialakítása nem jelbeszéddel, hanem valóságos „T” betű formázásával történt.

A hologram³⁶

Japán tudósok és mérnökök újabb technológiát hoztak létre: a megérintható, interaktív hologramot, amely még kissé lassan reagál, és nem is túl pontos, de működik. Mozgásérzékelők és ultrahang felhasználásával ugyanis olyan interaktív hologramokat hoztak létre, amelyek érzékelik, ha megérintjük őket, és nyomást fejtenek ki a kezünkre, pontosan úgy, mint ha egy szilárd tárgyhoz nyúlánk. A holografikus technológiát széles körben alkalmazzák biztonsági jelzések vagy ajándéktárgyak gyártásánál, de a jövőben nagy jelentősége lehet a szórakoztatóiparban is. „A japánok technológiája a Nintendo Wii játékkonzol mozgásérzékelőivel követi a felhasználó mozgását, és ha a vezérlőszoftver úgy érzi, hogy az hozzáérne a hologramhoz, ultrahanggal stimulálja a kezét, az érintést szimulálva. A rendszer interaktív, tehát a hologram kivetítésével képes is reagálni a felhasználó mozdulataira: a bemutatón az egyik mérnök a tenyerén tartott kis elefánt-hologramot dobálta fel a levegőbe.”³⁷

³⁵ Diamond Dallas Page v. Shawn Carter p/k/a Jay-Z and Roc-A-Fella Records, CV-05-08475 (C.D. Cal. 2005).

³⁶ A holográfiát egy Amerikában dolgozó, magyar származású angol állampolgár, Gábor Dénes találta fel 1947-ben. Ezzel a képek rögzítésének olyan módját fedezte fel, ami több információ visszaadását tette lehetővé, mint bármelyik addig ismert eljárás. Mivel ennek révén – látszólag – minden információt tárolni lehet, Gábor Dénes ezt az eljárást holográfiának nevezte el, két görög szóval, amelyek annyit jelentenek, hogy „egész”, „teljes” és „írás”, „irat”. Gábor Dénes a holográfia kidolgozásáért 1971-ben fizikai Nobel-díjat kapott. 1963-ban a Michigani Egyetem két elektromérnöke, Emmett N. Leith és Juris Upatnieks egy lépéssel továbbfejlesztette Gábor Dénes eljárását. Míg Gábor Dénes elektronhullámokkal dolgozott, és módszerét az elektronmikroszkópos képek felbontóképességének tökéletesítésére használta, addig Leith és Upatnieks fényt alkalmazott. Az akkor kifejlesztett lézer segítségével szürkés színű, áttetsző filmszalagot készítettek; ez olyan volt, mint egy alulexponált fényképfilm. Háromdimenziós képeket állítottak elő vele – meglehetősen részleteseket, mégpedig anélkül, hogy lencsákat használtak volna. Forrás: Wikipédia.

³⁷ Megérintható hologram Japánból. Index, 2009. szeptember 18.

A hologram általában biztonsági azonosító jelként kerül felhasználásra. Kazettákra, CD-lemezekre³⁸ illesztik, szoftverekre helyezik, a pénzhamisítás elleni küzdelemben is szerepe van, illetve a Nokia cégnek a célja hologramos matricájának bevezetésével többek között az volt, hogy segítse a felhasználókat a Nokia-akkumulátorok könnyebb felismerésében és azonosításában.³⁹ Következésképpen bár védjegyként lajstromozható, a benne rejlő lehetőségeket még nem merítették ki, hiszen jelenleg elsősorban biztonsági feladatokat lát el.

Már a mozgóképeknél eszünkbe juthatott a hologram, hiszen ha különböző szemszögből nézzük, élénk tárul egy háromdimenziós, színekben gazdag megjelenés. A hologram valahol az ábrás, a térbeli és a mozgóképvédjegyek között helyezkedik el. Ennek megfelelően lajstromozása nem okoz nehézséget, hiszen, az ábrás védjegyekre vonatkozó szabályokat alapul véve, megkülönböztetőképességgel rendelkezhet, alkalmas lehet arra, hogy valamely vállalkozás áruit vagy szolgáltatásait más vállalkozás áruitól vagy szolgáltatásaitól megkülönböztesse, továbbá grafikai ábrázolása sem okoz gondot. Jelenleg közösségi szinten három hologramvédjegy lajstromozására került sor.

A hologram bejelentésénél javasolt egy olyan ábrázolás benyújtása, amely lehetővé teszi, hogy a hologram minden aspektusa láthatóvá váljék. Ez történhet aszerint, hogy egy minta benyújtásra kerül, illetve egy több képből álló sorozat bemutatásával, amely mutatja, hogy minden egyes szemszögből a hologram miként látható. Amennyiben a benyújtott minta vagy képsorozat nem minősül elegendőnek, javasolt a megjelenés leírásának benyújtása is. Ha a hologram egyszerre több különböző ábrából áll, az Egyesült Államok gyakorlatában gondot okozhat. Az új típusú védjegyekről szóló, a WIPO állandó bizottságához benyújtott jelentésében az amerikai csoport úgy vélekedik,⁴⁰ hogy ilyen esetben egy megjelenés vonatkozásában tulajdonképpen két megjelenésről van szó,⁴¹ azaz a lajstromozást meg kell tagadni.⁴² Az Egyesült Államokban azt is bizonyítani kell, hogy a hologram védjegyként be tudja tölteni a rendeltetését, és a fogyasztók származásra utaló jelzésként fognak rá tekinteni.⁴³

³⁸ Például: többek között az írható CD-k csak hologramos matricával kerülhetnek forgalomba, amely azt jelzi, hogy a lemezre megfizették a jogdíjat.

³⁹ www.nokia.hu

⁴⁰ Non-traditional marks at the USPTO, October 20, 2006; http://www.wipo.int/sct/en/comments/pdf/sct17/us_2.pdf

⁴¹ Azaz: „2 for 1”.

⁴² For a mark that consists of or comprises a hologram, the applicant must ensure that the hologram does not show two or more views (e.g., different subject matter in each view). If so, then the application may be refused on the grounds that the applicant is seeking registration of more than one mark in the application. Forrás: TMEP §1202.14.

⁴³ In re Upper Deck Co., 59 USPQ2d 1688 (TTAB 2001). „... a hologram used on trading cards in varying shapes, sizes, and positions did not function as a mark because the record showed that other companies used holograms on trading cards and other products as anti-counterfeiting devices and there was no evidence that the public would perceive applicant's hologram as an indicator of source. ... the common use of holograms for non-trademark purposes means that consumers would be less likely to perceive applicant's uses of holograms as trademarks”.

Pozícióvédjegyek⁴⁴

Itt szintén új típusú védjegyről van szó. Használata gyerekcipőben jár, de jövőbeli jelentőségét az is mutatja, hogy hol ábrás, hol térbeli védjegyként egyre többször megjelenik a védjegy hivatalban. A pozícióvédjegyek tárgya a megjelölés elhelyezkedése a terméken (azaz ilyen típusú védjegyek szolgáltatások vonatkozásában nehezen képzelhetők el). *Sandri és Rizzo* úgy véli, hogy az ilyen megjelölések elsősorban a térbeli védjegyek egy alfajához tartoznak.⁴⁵ Példaként a luxuscikkek gyártóit hozzák fel, mint a Rolls Royce („Flying lady”, illetve a „Spirit of Ecstasy”) vagy a Mercedes, ahol a logó, azaz annak térbeli megjelölésként való megtestesülése a kocsi elején egy meghatározott helyen helyezkedik el. Ezek a megjelölések, amelyeket hamar észrevesznek a fogyasztók, hamar rögzülnek, és általában lajstromozásra alkalmasak. A pozícióvédjegyeket valójában gyakran térbeli vagy ábrás megjelölésként kezelik, bár sok esetben önmagukban iparművészeti remekek is egyben (pl. egy szép táskacsatja,⁴⁶ gombok egy kabáton stb.).

Ezt támasztja alá a joggyakorlat, amely nagyon sok esetben, ahogyan említettük, egyszerűen ábrás vagy térbeli védjegyként vizsgálja őket. Ilyen volt pl. a *Jeanstasche*-ügy.⁴⁷ Annak ellenére, hogy mind a bejelentő, mind az elbíráló pozícióvédjegyről beszélt, a fellebbezési tanács arra az álláspontra helyezkedett, hogy a szóban forgó ügyben egyszerűen csak egy ábrás védjegyről van szó.⁴⁸

Ezt követően került sor a *Roter punkt*-ügyre,⁴⁹ a lajstromoztatni kívánt védjegy leírása az alábbiak szerint szólt: „... die sie als sonstige Marke, nämlich Positionsmarke bezeichnete, und für die sie die Farbe Pantone Red 032 C (Rot) beanspruchte, als Gemeinschaftsmarke ...”. A védjegy tárgya egy olló volt, ahol a két ollószár találkozásánál egy piros pont helyezkedett el. A védjegy lajstromozásra került, és a fellebbezési tanács az alábbi – témánk szempontjából fontos – megállapítást tette: *„Die Anmeldung sei gemäß Artikel 4 markenfähig, sie sei aber auch unterscheidungskräftig, weil jede, noch so geringe Unterscheidungskraft ausreiche, um dieses Schutzhindernis zu überwinden. Bei dem beanspruchten Zeichen handele es sich um eine Positionsmarke, bei der ein bestimmtes Element – hier der 'Rote Punkt' – auf einem bestimmten Warenteil – hier dem Gewerbe der Schere – in stets gleichbleibender Positionierung*

⁴⁴ Position marks.

⁴⁵ *Sandri–Rizzo*: i. m. (3), p. 151.

⁴⁶ Lásd pl. a GUCCI vagy HERMES táskákat vagy lábbeliket.

⁴⁷ Az R 88/98-2. sz. ügyben 1999. november 11-én hozott határozat.

⁴⁸ „Under certain national systems, position marks are treated as a subset of other types of marks, such as figurative or three-dimensional marks”. WIPO General Assembly, Thirty-Eighth (19th Ordinary) Session, Geneva, September 22 to October 1, 2009. Report on the work for the Standing Committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications (SCT) on areas for convergence concerning the representation of non-traditional marks.

⁴⁹ Az R 983/2002-3. sz. ügyben 2002. november 20-án hozott határozat.

sowie prominenter Größe absolut bzw. im Verhältnis zur gesamten Ware gesehen in einem bestimmten farblichen Kontrast zur Ware in Erscheinung trete”, azaz nyitva áll a lehetőség a Közösségben a pozícióvédjegyek lajstromozása előtt.

A már említett *Jeanstasche*-ügyhöz hasonló volt az Egyesült Államokban a *Levi Strauss*-ügy,⁵⁰ amelynek tárgya pozícióvédjegyként került elbírálásra (mindkét esetben egy zsebre vonatkozó megjelölésről volt szó). A Levi's nadrág farzsebének leírása a következőképpen szólt: „sirály” elnevezésű védjegy ..., amely egy ötszög alakú zsebvarrásmintát ábrázol”. A lajstromozott védjegynél a *secondary meaning* fennállását igazoltnak látta az elbíráló, és azt is, hogy a megjelölés alkalmas arra, hogy a védjegy rendeltetését betöltse.

Az ilyen védjegyek tehát mindig ugyanott helyezkednek el, állandó helyük van, és a bejelentő ezt a pozíciót kívánja levédetni. A joggyakorlat ezen a téren nem egységes, azaz esetről-esetre dönt a megkülönböztetőképesség értékelésénél: hol elismeri az önmagában vett megkülönböztetőképességet, hol arra vonatkozó bizonyíték benyújtását követeli meg, amely a korábbi használatra vonatkozik.⁵¹ A grafikai ábrázolás állhat egy fényképből, egy rajzból, amelyből egyértelműen kiderül a szóban forgó megjelölés elhelyezkedése. A védjegybejelentéshez ezenkívül egy leírást is kell csatolni.⁵² A benyújtott rajzon a megjelölés azon elemeit, amelyeket a bejelentő nem kíván lajstromozni, szaggatott vonallal kell jelölni.⁵³

Az Egyesült Államokban bizonyítani kell továbbá, hogy a védjegy alkalmas arra, hogy a származásra utaló jelzés rendeltetését be tudja tölteni, hogy a fogyasztók védjegyként tekintenek rá, illetve hogy a korábbi használat révén megkülönböztetőképességre tett szert. Nem ritka, hogy a korábban ábrás vagy térbeli védjegyként lajstromozott védjegy olyan közismertségre tesz szert az idők folyamán, hogy a későbbiekben pozícióvédjegyként történő lajstromozása nem ütközik akadályba.

⁵⁰ U.S. Trademark Registration No.: 1,157,769.

⁵¹ WIPO SCT 16/2: New types of marks, Sixteenth Session, Geneva, November 13–17, 2006.

⁵² The description must adequately describe the mark, with unnecessary matter kept to a minimum. If applicable, the description must clearly indicate the portion of the product or container that the mark comprises. An example of acceptable language for this purpose is: “The mark consists of a red button positioned on the lower front area of a shirt. The dotted outline of the shirt is not part of the mark but is merely intended to show the position of the mark.” As in this example, the description should make it clear what the dotted lines represent. Forrás: TMEP.

⁵³ „It may be required that matter for which protection is not claimed, be represented in broken or dotted lines. A written description explaining the position of the mark in relation to the product may also be required if the graphic representation supplied is not sufficient”. WIPO General Assembly, Thirty-Eighth (19th Ordinary) Session, Geneva, September 22 to October 1, 2009. Report on the work for the Standing Committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications (SCT) on areas for convergence concerning the representation of non-traditional marks.

Fényvédjegyek

A fényvédjegyekkel kapcsolatban nincs egységes álláspont, a WIPO ülésein nem is tárgyalja. A szakirodalom általában nem említi, azonban *Sandri és Rizzo* újfajta védjegytypusként kezeli.

A fényvédjegyek egyfajta „összetett szellemi alkotásnak” minősülnek. Az általuk képzett konstrukció sokfajta védelmet élvezhet, egyrészt elsősorban dizájnról beszélünk, másrészt olyan installáció is előfordulhat, amely szerzői jogi oltalom alatt áll, illetve – amint azt látni fogjuk – az Egyesült Államokban esztétikai funkcionalitása miatt védjegyoltalma nem egyértelmű.

Ami a közösségi védjegyoltalmat illeti, *Sandri és Rizzo* példaként a British Petrol (BP) benzinkútjain a zöld-sárga színű neonlámpák elhelyezkedését hozza fel példaként.⁵⁴ Álláspontjuk szerint a fények mindig is a kommunikáció jelei voltak, és manapság is mind a hétköznapi életben, mind a szórakoztatóiparban gyakran használnak fényeffektusokat,⁵⁵ installációkat vagy fénykompozíciókat. A német joggyakorlat szerint a fényvédjegyek lajstromozhatóak, amennyiben mozgó fényekből, illetve rövid időtartamú „flash”-ekből állnak. Következésképpen valamely épület megvilágítása, a lézersugarak mozgása nem lajstromozható.

A „*shape of green striplight*”-ügyben⁵⁶ a lajstromoztatni kívánt védjegy egy olyan térbeli(!) védjegy volt, amelynek tárgya a BP-benzinkutak „megvilágítása” volt.⁵⁷ Az elbíráló határozatában úgy ítélte meg, hogy a védjegy nem lajstromozható, mivel kizárólag egy térbeli védjegyből áll, amely nem alkalmas a megkülönböztetésre. Az elbíráló határozatában továbbá arra hívta fel a figyelmet, hogy a korábbi használat, illetve a megkülönböztetőképesség megszerzése egyebekben nem került bizonyításra. A bejelentő arra hivatkozott, hogy 1989 óta az Európai Unióban közel 2500 benzinkút ezen külső megjelenéssel van ellátva, képeket nyújtott be németországi, holland, osztrák, spanyol és angol benzinkutakról, amelyek ezt a használatot támasztották alá. A bejelentő ezenfelül reklámanyagokat is csatolt, amelyek igazát voltak hivatottak igazolni.

Az elbíráló nem találta megfelelőnek a bizonyítékokat, és nem látta alátámasztottnak, hogy a megjelölés megkülönböztetőképességre tett szert. Közvéleménykutatási eredményeket várt, illetve annak bizonyítékát, hogy az érintett fogyasztók a megjelölésre hogyan tekintenek, miként észlelik, hogyan azonosítják be. A további bizonyítékok benyújtása ellenére [nyilatkozatok, az Institut Français du Pétrole (Franciaország) igazolása, a Petrol Retailer's Association (Egyesült Királyság) dokumentációja stb.] az elbíráló hajthatatlan volt, és a véd-

⁵⁴ *Sandri-Rizzo*: i. m. (3), p. 163.

⁵⁵ Lásd a Magyar Telekom székházának „fényfestését” (raypainting).

⁵⁶ Az R 15/2001-4. sz. ügyben 2002. december 3-án hozott határozat.

⁵⁷ „The mark consists of a green striplight applied to the edge of a service station canopy”.

jegy lajstromozását megtagadta. Úgy ítélte meg, hogy megkülönböztetőképesség megszerzése híján a megjelölés az érintett áruk és szolgáltatások vonatkozásában nem alkalmas a megkülönböztetésre.

A fellebbezési tanács határozatában úgy vélte, hogy a szóban forgó megjelölés egy egyszerű, hétköznapi, térbeli zöld formából áll (*the appellant's mark consists of a very simple and trivial three-dimensional green shape*). Az ilyen típusú neonlámpákat sok helyen alkalmazták a fogyasztók megnyerése céljából, azaz önmagukban megkülönböztetőképességgel nem bírnak. A korábbi használatra vonatkozó bizonyítékokkal kapcsolatban a fellebbezési tanács úgy vélte, a bejelentő nem bizonyította, hogy a megjelölés a Közösség területének jelentős részén használatban volt,⁵⁸ továbbá mivel a védjegy nem alkalmas a Közösség egyik részén sem megkülönböztetésre, ezért a bizonyítékoknak az egész Unió tekintetében⁵⁹ kellett volna fennállniuk.⁶⁰

Mivel a fellebbezési tanács közvetve azt sugallta, hogy amennyiben bizonyításra került volna, hogy a megjelölés korábbi használata révén megkülönböztetőképességre tett szert az Európai Unióban, lajstromozható lehetett volna, úgy véljük, hogy az ilyen típusú védjegyek előtt elvileg nyitva áll a lajstromozás lehetősége.

Itt érdemes megjegyezni, hogy a BP 1996 óta jogosultja a benzinkútjain használatos zöld és sárga színvédjegyeknek.⁶¹

A fentiekhez hasonló ügy volt az Egyesült Államokban a *Keene v. Paraflex*-ügy.⁶² Az ügy tárgyát képező kültéri lámpa kérdését a bíróság az esztétikai funkcionalitás oldaláról közelítette meg. A Keene Corporation ipari épületek, lakóházak részére világítási eszközöket gyárt, amelyeket a „Wall Cube” fantázianévvel lát el. E kültéri eszközöket az épületek külső falára erősítik, segítségükkel a környező területek könnyen bevilágíthatóak. A Paraflex Industries, Inc. hasonló kültéri fényforrások forgalmazásával kezdett el foglalkozni. Az általa forgalmazott világítási eszközök egyértelműen a Keene „Wall Cube” másolatai voltak, amely tényt a Paraflex nem is tagadta.

Keresetében a Keene arra hivatkozott, hogy világítóberendezése *secondary meaningre* tett szert, továbbá, hogy a másolás ténye nem vitatott, illetve hogy a lámpák külső megjelenése azonos. A bíróság ítéletében arra az álláspontra helyezkedett, hogy a világítóberendezés külső megjelenése esztétikai szempontból funkcionálisnak minősül, következképpen

⁵⁸ „... the distinctive character acquired through use must be demonstrated in a substantial part of the Community where it was devoid of such character” és „... the case being such that the trade mark applied for is not originally distinctive in any part of the European Union, it is apparent, indeed, that the evidence provided must relate to the Community as a whole and not just to parts of it”.

⁵⁹ A benyújtott bizonyítékok alapján a megjelölés használatára csak hét tagállamban került sor (15 tagállamból).

⁶⁰ Therefore, in order to apply Article 7(3) CTMR, evidence that the trade mark has become distinctive must relate to the *whole* of the Community.

⁶¹ 000013359. és 000001991. sz. színvédjegy.

⁶² *Keene Corp. v. Paraflex Industries, Inc.*, 653 F.2d 822, 825-27 (3d Cir.1981).

nem tiltotta el a Paraflexet a forgalmazástól, de arra kötelezte, hogy termékeit a következő címkével lássa el: „Not a Product of Keene Corporation.”

A bíróság úgy ítélte meg – ami az (esztétikai és utilitarista) funkcionalitást illeti –, hogy a szóban forgó, érintett épületek alakjából, formájából következik az, hogy ezt a fajta kültéri lámparendszert csak egyféleképpen lehet elhelyezni,⁶³ azaz nem lehet egy versenytársat attól eltiltani, hogy hasonló épületek vonatkozásában, hasonlóan illeszkedő berendezéseket – amelyek elhelyezése az adottságok miatt eleve korlátozott – forgalmazzon (*there is a limited number of designs possible for an outdoor wall-mounted luminaire*).

Következésképpen a bíróság a Keene keresetét részben elutasította, a Periflexet pedig arra utasította, hogy a felperes áruival azonos áruít figyelmeztető címkével lássa el.

Ahogy ez a fentiekből kiderül, a fényvédjegyekre nincs szabályozás. Nincs iránymutatás arra vonatkozóan, hogy milyen feltételeknek kell megfelelniük, hogyan kerüljenek ábrázolásra (bár a fenti „*shape of green striplight*”-ügyben láttuk, hogy térbeli védjegyként kerültek benyújtásra). Az eddigiek alapján mindazonáltal tudjuk, hogy mint új típusú védjegynek (ha egyszer majd így kerül besorolásra) valószínűleg a korábban megszerzett megkülönböztető képességet bizonyítani kell, továbbá alkalmasnak kell lennie arra, hogy valamely vállalkozás áruít vagy szolgáltatásait más vállalkozás áruitól vagy szolgáltatásaitól megkülönböztesse, azaz származásra utaló funkcióval kell rendelkeznie. A jövő kérdése, hogy valaha elismerik-e ezeket a védjegytipusokat; előfordulhat, sőt valószínű, hogy e helyett a „hagyományos” és „kevésbé hagyományos” védjegyek vagy ezek kombinációja segítségével próbálkoznak majd a bejelentők az általuk létrehozott megjelölés oltalma megszerzése érdekében.

⁶³ A feature of goods is functional ... if it affects their purpose, action or performance, or the facility or economy of processing, handling or using them it is non-functional if it does not have any of such effects.