

GENERIKUS GYÓGYSZEREK ELNEVEZÉSE – TRENDEK, STRATÉGIÁK*

GYÓGYSZERNEVEK RÉGEN ÉS MA – ORIGINALIS TRENDEK

Régebben a gyógyszerárkanneveket latin vagy görög szavakból képezték, speciális végződésűeknek (-ol, -in, -en, -il) köszönhetően könnyen felismerhető volt gyógyszerjellegük. Ilyen „klasszikus” gyógyszernév például a több mint 50 éve bevezetett Panadol (paracetamol) vagy a 80 évnél is hosszabb múltra visszatekintő Algopyrin (metamizol).

Később divatossá váltak a fogyasztói társadalom igényeinek jobban megfelelő, hétköznapi hangzású, könnyen kiejthető és főleg könnyen megjegyezhető gyógyszernevek, mint a Celebrex vagy a Viagra. A Viagra (Pfizer, hatóanyag: sildenafil) a világ legismertebb, receptre kapható gyógyszerévé vált, ami a kiemelt médiaérdeklődés mellett jól megválasztott nevének is köszönhető. Elsőre talán nem minden vásárló számára szembetűnő, de a Viagra elnevezés emlékeztet a Niagara-vízesésre (ami kedvelt nászutashelyszín), felidéri a vitalitást, a győzelmet (victory), ritmusa erőt, energiát érzékeltet – vagyis jó hívószó.¹

A Viagra és a hozzá hasonló gyógyszerárkannevek elszakadnak a terméktől, sokkal inkább a fogyasztók elvárásait, vágyait fejezik ki.

Az InterbrandHealth marketingügynökség kreatív igazgatója szerint² napjaink gyógyszerárkannevei megfelelnek a fenti fogyasztói igényeknek, mégis kötődnek magához a termékhez: hitelesek maradnak az orvos számára, és egyúttal bizalmat ébresztenek a betegben is. A legújabb típusú gyógyszerárkák között az ügynökség megkülönböztet „pharma 2.0”, „tudományos sztori” és „antipharma” elnevezéseket.

A „pharma 2.0”, vagyis „felhasználóközpontú” nevek visszanyúlnak a kémiai alapokhoz, mégis különböznek a hagyományos gyógyszernevektől. Szorosan kötődnek a vegyülethez vagy annak hatásmechanizmusához, így az orvosok, gyógyszerészek számára megfejthető-

* Jelen tanulmány az Egis Gyógyszergyár Nyrt. Iparjogvédelmi Önálló Osztályán 2012 őszén töltött szakmai gyakorlat eredményeként született. A szerző ezúton mond köszönetet Ravadits Imrének a témajavaslat, a folyamatos szakmai támogatás, a cikkel kapcsolatos előremutató tartalmi és formai észrevételek miatt, valamint azért, hogy mind újabb és újabb szempontokkal gazdagította a vizsgálatot. Köszönetet mond továbbá Daróczi Klárának is, amiért gyógyszervédjegyekkel kapcsolatos több évtizedes tapasztalatát megosztva vele hozzájárult a cikk elkészültéhez.

¹ Superbrands Magyarország. Áttekintés Magyarország vezető márkáiról 2004. Budapest Kiadó Kft., 2004, p. 95; a Lexicon Branding ügynökség összehasonlító elemzése a Viagra vs. Cialis márkáról: <http://www.lexiconbranding.com/BrandNamingProcess/LinguisticProfile/ViagraCialis/>.

² R. John Fidelino: IP for Business: The Fall and Rise of Pharma Brand Names. WIPO Magazine, 2008. június: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2008/03/article_0005.html.

ek. Emellett tudományos hangzásuk mutatja, hogy az egyik legfejlettebb, tudásalapú iparág komoly kutatómunkával kifejlesztett termékeiről van szó, amelyek magukban hordják a hatásosság ígérését. Mindemellett a „pharma 2.0” nevek általában rövidek, szokatlan betűhasználatuk és gyors ritmusuk modernebbé teszi őket a hagyományos gyógyszerneveknél. A GlaxoSmithKline mellrák kezelésére szolgáló Tykerb gyógyszerneve például arra utal, hogy tirozin-kináz gátlóról van szó (angolul: tyrosine kinase inhibitor). A Sutent, a Pfizer rákgyógyszere a hatóanyag nemzetközi szabadnevére, a „sunitinib”-re utal felhasználóbarát formában.

A „tudományos sztori”-nevek jobban illeszkednek a hétköznapi nyelvhasználatba: kémiai/gyógyszeripari utalások helyett köznapi nyelven írják le, hogy az adott szer hogyan működik. Például a Pfizer Celsentri vagy Selzentry gyógyszerneve azt írja le, hogy a termék megakadályozza a HIV-vírus emberi sejtekbe jutását (cell=sejt; sentry=őrszem).

Az „antipharma”-nevek viszont eltávolodnak a gyógyszerjellegtől, az élet más területén ismert termékek nevét „veszik kölcsön” a gyógyszer elnevezésére. A Novartis Exforge nevű gyógyszere például olyan nevet kapott, amelyet egy SUV („sport utility vehicle”, sportszabadidőautó) kaphatna – így azt sugallja, hogy a gyógyszer a legmagasabb vérnyomással is megküzd, akárcsak egy terepjáró a legnehezebb tereppel (forge ahead=előretör). Hasonló példa a Zingo nevű fájdalomcsillapító tapasz (originátor: Anesiva), amivel tűszúrás nélkül lehet lidokaint a bőr alá juttatni, így különösen alkalmas gyermekek kezelésére. Erre utal a neve is: a Zingo az Amerikában népszerű bingójáték gyermekváltozata. Az utóbbi elnevezéssel kapcsolatban megjegyzendő, hogy Magyarországon nem lenne szerencsés egy ilyen névválasztás, mivel a gyógyszernev nem célozhat meg gyermekközönséget.

A fenti példákból is látszik, hogy az originális gyógyszerek gyártói mennyi időt, pénzt, energiát fordítanak a névadásra. Egy-egy gyógyszer márkanev sokszor szakosodott kreatív ügynökségek hosszú munkájának eredményeként születik meg, a siker érdekében bevetnek nyelvészeti és kulturális területen tapasztalt szakembereket, valamint számítógépes programokat is. A gondosan kiválasztott márkanev bevésésére, a brand felépítésére ráadásul az originátor gyártók rendelkezésére áll a szabadalmi védettség teljes időtartama is – ellentétben a generikus cégekkel. Kétségtelen, hogy a jól bevezetett védjegyek a szabadalmi oltalom lejártát követően jelentős versenyelőnyt biztosítanak számukra az olcsóbb generikumokkal szemben.

A piaci elsőség biztosítása érdekében az originátor gyógyszergyártók körében bevett módszer az ún. „ernyőmárkák” kiépítése is, amikor zászlóshajótermékeik ismertségét kihasználva a jól bevált védjegy egyes elemeit használják fel a további termékek elnevezésekor, és ezzel védjegycsaládokat hoznak létre. Magyarországon is jól ismert példa az ilyen ernyőmárkákra a láz- és fájdalomcsillapító Algo- gyógyszer család, amelynek minden egyes tagja ugyanazt az előtagot tartalmazza: Algopyrin, Algoflex stb. Külföldi példaként említhető a

fájdalomcsillapító Doliprane (paracetamol), a készítmény további változatainak neve minden esetben tartalmazza a „doli-” előtagot (Dolirhume, Dolitabs stb).³

Jogosan merül fel a kérdés, hogy az originális gyártóktól merőben különböző piaci lehetőségek miatt a generikus gyártóknak is megéri-e a jelentős befektetés a gyógyszermarkánév kialakításába, és mennyiben befolyásolja a névválasztást az a tény, hogy nem új termékkel, hanem egy már ismert gyógyszer generikus változatával lépnek piacra.

A követett stratégia mindig egyedi vállalati döntés eredménye, azonban mindegyik gyártónak azonos jogszabályi-hatósági követelményekre kell figyelemmel lennie a névválasztás során.

I. MOZGÁSTÉR A NÉVADÁSKOR: A GYÓGYSZERNEVEK JOGI SZABÁLYOZÁSA

A gyógyszermarkánév megalkotása során a névadó keze meg van kötve: figyelembe kell vennie mind törzskönyvi, mind védjegyjogi szempontokat.

I.1. Törzskönyvi szempontok

A vonatkozó hazai szabályozás értelmében gyógyszerneként törzskönyvezhető „fantázianév, amelyet nem lehet összetéveszteni az általánosan használatos névvel, illetve olyan általánosan használatos vagy tudományos név, amelyet védjeggyel vagy a forgalombahozatali engedély jogosultjának nevével együtt adnak meg”.⁴

Általánosan használatos név alatt az Egészségügyi Világszervezet által javasolt nemzetközi szabadnevet (International Non-proprietary Name, INN) értjük. Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) álláspontja szerint nem ajánlatos gyógyszerfantázianévet nemzetközi szabadnévből eredeztetni, illetve INN-szótövet (INN stemet) használni benne.⁵ A törzskönyvi hatóság eljárásában vizsgálja a gyógyszernév összetéveszthetőségét egyrészt más, korábban már bejegyzett vagy bejegyzésre korábban benyújtott gyógyszernevekkel⁶ – legyenek azok védjegyezettek vagy védjegyoltalom alatt nem állók –, másrészt a nemzetközi szabadnévvel (figyelemmel a stemekre), hangsúlyt helyezve az esetleges összetéveszthetőség közegész-

³ Jean-Michel Peny: Les marques sont-elles condamnées a mourir? Pharmaceutiques, 2007. április, p. 33–39.

⁴ 2005. évi XCV. törvény az emberi alkalmazásra kerülő gyógyszerekről és egyéb, a gyógyszerpiacot szabályozó törvények módosításáról 1. § 13. pont.

⁵ A WHO 1993. május 12-i, 46. Világegészségügyi Gyűlésének ajánlása (WHO46.19).

⁶ 52/2005. (XI. 18.) EüM rendelet az emberi alkalmazásra kerülő gyógyszerek forgalomba hozataláról 5. § (5) A (2) bekezdés b) pontja szerinti gyógyszernév nem lehet azonos más, már forgalomba hozatalra engedélyezett készítmény nevével, és nem hasonlíthat más, már forgalomba hozatalra engedélyezett készítmény nevéhez oly mértékben, hogy azzal összetéveszthető legyen.

ségügyi veszélyeire. A magyar törzskönyvi hatóság, az Országos Gyógyszerészeti Intézet (OGYI) útmutatót tett közzé, melynek célja, hogy támpontot nyújtson a gyógyszernevek helyes megválasztásához.⁷ Az útmutató szerint a hatóság az összetéveszthetőség vizsgálata során külön figyelmet fordít arra, hogy a gyógyszernév sem nyomtatott, sem kézzel írt, sem fonetikus formában, sem a gyógyszerneveket tartalmazó szoftverek listája alapján ne legyen összetéveszthető más gyógyszerkészítmények nevével. Ráadásul az összetéveszthetőség veszélyét a hatóság nemcsak a már engedélyezett, hanem az engedélyezés alatt lévő gyógyszerek kapcsán is vizsgálja, amelyekről a kérelmezőnek nem is lehet tudomása. Külön figyelmet érdemelnek a már említett ernyőmárkák (umbrella brands), amelyek engedélyezése során a hatóság az összetéveszthetőséget a hatóanyagra, a betegpopulációra, a termék kategóriákra stb. tekintettel vizsgálja.

Megjegyzendő, hogy bár az OGYI útmutatója nem bír jogi kötőerővel, kétségtelenül hasznos kiindulási alapként szolgál a névválasztás során. Mindemellett, mivel a jogi szabályozás nem teljes körű, a hatóság bírálatának eredménye nem látható teljes bizonyossággal előre; azt szubjektív tényezők is befolyásolhatják. Emellett az OGYI névválasztásra vonatkozó irányelvei a jövőbe mutatnak, így szükségképpen találhatunk forgalomban olyan régebbi gyógyszereket, amelyeknek a nevét ma már nem feltétlenül engedélyeznék a törzskönyvi eljárásban.

Tovább nehezítheti a névválasztást, ha a gyógyszert centralizált európai eljárásban törzskönyvezik az EMA-nál (European Medicines Agency, Európai Gyógyszerügynökség), mert ebben az esetben főszabály szerint az összes tagállamban ugyanazon nevet kell alkalmazni. Ugyanez igaz a centralizáltan törzskönyvezett gyógyszerek generikumainak nevére is.⁸ A főszabály alól kivételt képeznek a védjegyekre vonatkozó jogszabályok alkalmazásával összefüggő rendkívüli esetek: ha a kérelmező igazolja, hogy a védjegy az egyik tagországban nem kapott oltalmat, akkor az adott országban a centrális törzskönyvezés során is kaphat más nevet a készítmény.

A fenti, törzskönyvezéssel kapcsolatos szempontok szükségképpen érvényre jutnak a gyógyszernév választásakor, mivel a törzskönyvezés a gyógyszerek forgalomba hozatalának kötelező előfeltétele. Éppen ezért egy rosszul megválasztott és a forgalomba hozatalt engedélyező hatóságoknál ellenállásba ütköző név a termék piacra kerülését késleltetheti, és ezáltal a megcélzott értékesítési eredményt is veszélybe sodorhatja.

⁷ Az Országos Gyógyszerészeti Intézet útmutatója az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek neveinek helyes megválasztásához: http://www.ogyi.hu/dynamic/utmutato_gyogyszernevek20110624.pdf.

⁸ Az Európai Parlament és a Tanács 726/2004/EK rendelete (2004. március 31.) az emberi, illetve állatgyógyászati felhasználásra szánt gyógyszerek engedélyezésére és felügyeletére vonatkozó közösségi eljárások meghatározásáról és az Európai Gyógyszerügynökség létrehozásáról 3. cikk (3) c. és 6. cikk (1).

I.2. Védjegyszempontok

Amennyiben a gyártó fantázianév alatt kívánja forgalomba hozni termékét, a fantázianevet védjegyként lajstromoztathatja. Bár a forgalomba hozatalnak nem feltétele az, hogy a gyógyszernevét védjegyoltalom alatt álljon, jogbiztonságra törekvő cégek nem mulasztják el a védjegyztetést, amelynek költsége a gyógyszer piacra juttatásának egyéb költségeihez viszonyítva nem számottevő. A védjegyoltalom megszerzése és fenntartása érdekében a fantázianévnek meg kell felelnie a védjegyek és földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvényben (védjegy törvény)⁹ meghatározott szempontoknak (oltalomban részesíthető megjelölés, feltétlen és viszonylagos kizáró okok stb.).

Fontos kiemelni, hogy a törzskönyvi és a védjegyhatósági eljárás egyáltalán nem függ össze egymással. A védjegyhatóság előtt nem elfogadott érv, ha egy gyógyszernevet egyébként már törzskönyveztek; illetve a törzskönyvi hatóság eljárásában sem lehet eredményesen hivatkozni arra, hogy a védjegyhatóság már bejegyzett egy adott megjelölést. A gyakorlatban a védjegyoltalom megszerzése ideális esetben megelőzi a törzskönyvezést, viszont már a védjegybejegyzési kérelem benyújtásakor érdemes törzskönyvezési szempontokra is figyelemmel lenni. Mit sem érnek egy cég védjegyarában azok a védjegyoltalom alatt álló nevek, amelyeknek törzskönyvi elfogadtatása eleve kilátástalan.

Megjegyzendő még, hogy bár a vényköteles és a recept nélkül kapható (OTC, over-the-counter) gyógyszerek nevére azonos jogszabályi előírások vonatkoznak, a névválasztás szempontjai mégis különbözőek, hiszen más a célközönség és mások a reklámozás szabályai. Az OTC-gyógyszerek – legalábbis a névválasztás szempontjából – az általános fogyasztási cikkekhez közelítenek. A megcélzott fogyasztó maga a beteg, ezért jobban érvényesülnek az általános marketingszempontok a névválasztásnál (hasonlóan egy csokoládé- vagy illatszermárkához). Az OGYI útmutatója is figyelembe veszi ezeket a szempontokat: ezen termékek esetében a hatóság kevésbé szigorúan ítéli meg a rövidítések, promociós jelzők használatát, a reklámjellegű, pozitív jelentést és/vagy informatív üzenetet hordozó elnevezéseket.

Érdemes továbbá szem előtt tartani, hogy egyes termékek vonatkozásában a két kategória összemosódhat: vénykötelesből OTC-termék válhat, és adott esetben ez a perspektíva már a kezdetektől befolyásolhatja a névválasztást.¹⁰

⁹ *Adrian Smith, Sarah Bailey: „Headache pills” – pharmaceutical names and trademarks in the EU. Intellectual Property Magazine, 2011. április, p. 33–36.*

¹⁰ A WHO 1993. május 12-i, 46. Világégészségügyi Gyűlésének ajánlása (WHO46.19).

II. HOGYAN KAPNAK NEVET A GENERIKUS GYÓGYSZEREK?

A rövid (és elméleti) válasz a kérdésre: alapjában véve ugyanúgy, mint az originálisok. A fenti jogszabályi előírások egyaránt vonatkoznak ugyanis generikus és originális gyógyszerekre, ebből következően a generikus gyártók számára ugyanaz a fegyvertár áll rendelkezésre, mint az originális gyártóknak.

A gyakorlatban viszont jogosan merül fel a kérdés, hogy a generikus gyártók követik-e a fentebb már összefoglalt originális névadási trendeket, vagy az eltérő piaci sajátosságok miatt másként választanak nevet termékeiknek – például preferálhatják a hatóanyag-szabadvénv (INN) és a cégnév kombinációját is.

II.1. Vizsgálati módszerek

A Richter Gedeon Vegyészeti Gyár Nyrt. (Richter), az Egis Gyógyszergyár Nyrt. (Egis), a Krka Magyarország Kft. (Krka), a Teva Gyógyszergyár Zrt./TEVA Magyarország Zrt. (Teva) és a Sandoz Hungária Kft. (Sandoz) gyógyszereit vizsgáltuk. Azért esett a választás ezekre a vállalatokra, mert jellemzően saját fejlesztésű termékekkel lépnek piacra, amelyek nevét a vállalaton belül, saját marketingszervezetükre támaszkodva választják ki, így jó eséllyel lehetett rá számítani, hogy ténylegesen látszanak a névválasztás irányvonalai. Igyekeztünk a vizsgálatot a legfontosabb generikus gyógyszervédjegyekre, azaz a legfontosabb, már generikussá vált hatóanyagokra alapozni, ezért a magyar piacon vezető pozícióban lévő gyógyszerekből indultunk ki. A magyar piacon első 24 legnagyobb forgalmú generikus gyógyszer vonatkozásában vizsgáltuk, hogy az adott hatóanyagot tartalmazó generikus gyógyszereknek milyen nevet választottak az egyes gyártók. Így vállalatonként 24–29 terméknevet tálltunk, tekintettel arra, hogy bár nem minden hatóanyagra törzskönyveztetett minden vállalat gyógyszert, viszont vannak hatóanyagok, amelyekre egy cég több néven is kapott forgalombahozatali engedélyt.

A következő fejezetekben felfedett következtetéseink ellenőrzésekképpen külön is megvizsgáltuk mind az öt gyártó 20-20 saját vezető gyógyszerének nevét, hiszen egy adott cég „top 20” hatóanyaga nem feltétlenül azonos a teljes piac top 20 hatóanyagával. Örömmel konstatálhattuk, hogy a céges top 20-ból levonható következtetések lényegileg nem változtattak a teljes magyar piaci top 24 elemzéséből levonható következtetéseken.

Jelen tanulmány céljából kizárólag a vényköteles gyógyszerek nevét elemeztük. Erre a korlátozásra több okunk is volt. Egyrészt a vényköteles gyógyszerek esetében sokkal jobban érvényre jutnak a gyógyszeripar specifikus szempontjai, mint az alapvetően marketing-megfontolások által vezérelt OTC-terméknevek esetében. Másrészt a vizsgált gyártók termékportfóliójában természetesen eltérő részarányt képviselnek a vényköteles és az OTC-gyógyszerek, ami aránytalanul nehézzé tette volna az egyes gyártók fontos védjegyein alapuló összehasonlítást.

Megjegyzendő, hogy kisebb torzulást eredményezhet a vizsgálatban, hogy adott esetben a terméknevek nem saját névválasztás eredményei, hanem megvásárolt portfóliók részeként kerültek a vállalatokhoz. Továbbá, a gyógyszerneveket nem minden esetben a konkrét termékre alkotják meg: előfordulhat, hogy egy korábban nem használt, ún. „tartalékvédjegy” válik végül a gyógyszer nevévé. Mindemellett azonban úgy gondoljuk, mind összesen (127 db védjegy), mind cégenként (24–29 db védjegy) elegendő számú, kiemelt piaci helyzetben levő gyógyszernevet vizsgáltunk ahhoz, hogy az eredmény nagy valószínűséggel a valós trendeket mutassa.

A gyógyszernevek vizsgálata során több kategóriát tudtunk beazonosítani a névképzés logikája szerint. Mielőtt rátérnénk az egyes vállalatoknál tapasztalt konkrét trendekre, végignézzük az egyes gyógyszernev-kategóriák előnyeit és hátrányait. Ezekre a példákat elsősorban a fenti vizsgálatból vettük, kiegészítve néhány jól ismert, régebbi originális, illetve OTC-márkanév példájával.

II.2. Gyógyszernev-kategóriák

II.2A) Nemzetközi szabadnév + cégnév: a „Calcium Sandoz-eset”

A WHO korábban már hivatkozott 1993-as ajánlásában azt javasolta, hogy védjegyzett fantázianév helyett a generikus gyógyszerek elnevezésére a nemzetközi szabadnevet (INN) alkalmazzák a forgalombahozatali engedély jogosultjának nevével együtt.¹¹ Gyógyszerbiztonsági szempontból üdvözölhető lenne ez a megoldás, hiszen gyakorlatilag kizárja az összetévesztés veszélyét.

A gyártó szempontjából viszont ennek a stratégiának megvannak az előnyei és a hátrányai is. Előnye, hogy megtakarítható a védjegybejegyzés költség- és időigényes folyamata, nem jár védjegyjogi kockázatokkal (nem kell felszólalásra/bíróság előtti védjegytorlési kérelemre számítani), és a törzskönyvezés során sem kell a törzskönyvi hatóság elutasításával számolni. A marketingköltségek lényegesen kisebbek, a gyártó hírnevének hatása viszont kismértékben érvényesülhet, hiszen a gyógyszer eredete a nevéből egyértelműen beazonosítható.

Másrészt azonban egy ilyen gyógyszernev gyenge megkülönböztetőképességgel rendelkezik, nagy a helyettesítés esélye, hiszen a gyógyszernev hangsúlyos eleme az összes kompetitív terméknél a nemzetközi szabadnév, az ezt követő névelemnek, vagyis a forgalmazó nevének a fogyasztó/receptet felíró orvos esetleg már kisebb jelentőséget tulajdonít. Kevés-

¹¹ 2/2012. (I. 3.) NEFMI rendelet egyes egészségügyi és gyógyszerészeti tárgyú miniszteri rendeletek módosításáról 9. §.

bé tud tehát a teljes gyógyszernevét rögzíteni a fogyasztóban, így még az erős cégnévbrandet kiépített, jó hírű gyógyszeripari vállalatok is kevésbé tudnak a cégnév értékéből profitálni.

A kivétel erősíti a szabályt, szokták mondani: bár a Calcium Sandoz nevében nem INN, hanem kémiai név szerepel, ennek az OTC-terméknek a neve mégis jól illusztrálja, hogy a cégnévvel használt általános elnevezés is válhat olyan márkává, ami elsőként jut a fogyasztó eszébe. Sőt, egy további példával élve, korábban vezető volt a hatóanyag magyar piacán az INN + cégnév megjelölésű Amoxicillin-B gyógyszer is, amelynek nevében a „B” betű az egykori Biogal Gyógyszergyárra utalt. Egyébként is igaz az, hogy egy INN + cégnév megjelölés abban az esetben hatékony, ha jó hírű vállalat gyógyszeréről van szó, amit az orvos bizalommal ír fel a betegnek.

Ez utóbbi választást támogatná egyébként az a bizonyos, európai piacokon bevezetett szabályozás, ami szerint az orvosnak a recepten nem a konkrét gyógyszerkészítményt kell felírnia, hanem a hatóanyagot. Magyarországon is megengedett a nemzetközi szabadnéven történő gyógyszerrendelés, illetve egy 2012. januári miniszteri rendelet értelmében az orvos a koleszterinszint-csökkentőket már kizárólag nemzetközi szabadnéven rendelheti.¹² Elképzelhető, hogy ez a gazdaságossági szempontok által diktált trend hosszú távon befolyásolni fogja a generikus gyógyszerek esetében a névválasztást, de ennek hatása jelenleg kézzelfoghatóan még nem érzékelhető.

II.2B) Fantázianév – generikusoknak is

A fenti szempontokat mérlegelve nem meglepő, hogy a generikusok sorából kitűnni kívánó gyártók a többlet védjegy- és marketingköltségek ellenére is a védjegyoltalommal megerősített (vagy legalábbis megerősíthető) fantázianeveket részesítik előnyben. Így ugyanis megfelelő ráfordítással vitathatatlan versenyelőnyre tehetnek szert az uniformizált – ezért egymástól kevésbé markánsan megkülönböztethető – gyógyszernevet használó konkurenciával szemben.

Főleg hazai példákkal szemléltetve a generikus gyógyszerek alábbi fantázianév-kategóriái képzelhetők el.

a) Az originális gyógyszer márkanevére emlékeztető fantázianév

Üzleti szempontból elsőre kézenfekvő megoldásnak tűnhet a már jól ismert originális gyógyszer nevét idéző megjelölést választani a generikus terméknek. Jogilag viszont egy ilyen választás legalábbis kockázatos: egyrészt elbukhat a törzskönyvi hatóság vizsgálatán, másrészt fennáll az originátor gyártó fellépésének veszélye védjegybitorlásra és/vagy tisztességtelen piaci magatartásra hivatkozással.

¹² I. m. (7), p. 5.

A fenti veszély miatt nem jellemzőek az ilyen gyógyszernevek, de olyan példát találhatunk, ahol az originális és az annak megfelelő generikus gyógyszer nevének összevetése arra enged következtetni, hogy a generikus név megalkotásakor az originális készítmény neve volt a minta (pl. a szótagszám, a névben előforduló jellegzetes betűk vagy a név egyes szóelemeinek jelentéstartalma tekintetében). Ezekben az esetekben azonban a hasonlóság az originális márkánévhez nem olyan mértékű, hogy annak alapján sikeres védjegybitorlási eljárást lehetne kezdeményezni a generikus gyártóval szemben.

b) Hatóanyagra (INN-re) utaló fantázianév

A hatóanyag nevéből képzett fantázianév segíti a szakembert a tájékozódásban, a hozzáértő számára információértékkel bír. A WHO fent idézett ajánlása és az európai törzskönyvi hatóságok gyakorlata azonban ellenzi a nemzetközi szabadnévből képzett, és különösen az elfogadott INN-stemet tartalmazó gyógyszervédjegyek használatát.

„Tisztán” védjegyjogi szempontból is felmerülhet a probléma, hogy a túlzott hasonlóság a nemzetközi szabadnévhez veszélyezteti a védjegy megkülönböztetőképességét, leíró jelle-gűvé teheti a védjegyet.

A nemzetközi szabadnév kellő mértékű megváltoztatásával (betűk felcserélése stb.), a „stem”-ek használatának elkerülésével viszont alkothatók mind védjegy-, mind törzsköny-vezési szempontból elfogadható, a hatóanyagra mégis valamennyire utaló gyógyszernevek.

Például: egyaránt a ramipril nevű hatóanyagot (ami egy ACE-inhibitor) tartalmazzák a különböző gyártóktól származó, elnevezésükben részben a hatóanyag nevének betűit sor-rendi cserével felhasználó AMPRILAN, RAMACE, PIRAMIL és EGIRAMLON néven védjegyként lajstromozott és törzskönyvezett gyógyszerek (ez esetben a „-pril” végződés a tiltott INN-stem).

c) A termék hatásmechanizmusára/a terápiás területre utaló fantázianév

Ötletes és informatív névválasztás lehet a gyógyszer hatására utaló név. Védjegyjogi szem-pontból azonban ügyelni kell arra, hogy ne maradjon az általánosan használt megjelölés szintjén, hanem pl. nem szokványos összetétele révén rendelkezzen megkülönböztetőké-pességgel.

Példaként említhetjük hatásra/hatásmechanizmusra utaló névként a koleszterinszint-szabályozó LIPOBON-t vagy a vércukorszintre ható GLUCOSTABIL-t. Ötletes névválasztás a CONTRAMAL, amely egyszerre utal a fájdalomcsillapító hatásmechanizmusra és a ható-anyagra (tramadol).

Hasonlóan a hatásmechanizmusra utaló gyógyszernevekhez, a terápiás területre utaló megjelölés esetében is figyelemmel kell lenni a megkülönböztetőképességre. A terápiás te-rületre utaló megjelölések a gyógyszernevek családjában „mostohagyereknek” számítanak: a törzskönyvező hatóságok gyakran visszautasítják ezek bejegyzését potenciális stigmatizáló

hatásuk miatt, az OGYI is alapelveként alkalmazza az összetéveszthetőség vizsgálata során, hogy a gyógyszer fantázianeve nem tartalmazhat valamely terápiás területre való utalást.¹³

Ennek ellenére – elvértve – találhatunk a Magyarországon forgalombahozatali engedéllyel rendelkező gyógyszerek között ilyen nevűeket, példaként említhetjük az epilepszia kezelésére szolgáló EPILETAM-ot (hatóanyag: levetiracetam).

Közös pont a hatóanyagra, a hatásmechanizmusra és a terápiás területre utaló fantázianevekben, hogy egy ilyen névválasztás védjegyszempontból kevésbé előnyös, hiszen a védjegyoltalom jogosultja kénytelen lesz eltérni a mindenki által szabadon használható azonos jelentéselemet tartalmazó későbbi védjegyek bejegyzését.

d) A forgalmazóra (gyártóra) utaló fantázianév

A forgalmazó/gyártó nevére utaló elem szerepeltetése a gyógyszernevében informatív, hiszen egyértelműen jelzi a gyógyszer eredetét, és a cég hírnevének köszönhetően kedvezően befolyásolhatja a választást. Jogilag is jól védhető: a gyártó védjegyoltalomban részesített nevének beemelése a gyógyszernevébe könnyebb védjegyezhetőséget és „pluszvédettséget” biztosít a megjelölésnek.

A magyar gyógyszergyártók körében ez a védjegyalkotási mód már az 1950-es években népszerűvé vált: a Richter Gedeon külföldi példára már ekkor bevett védjegyeibe alkotóelemként cégnevére utaló szóelemeket,¹⁴ így alkotott védjegy pl. a RIGEVIDON vagy a RIGAT. Számos Egis-védjegy is megemlíthető itt, például a SETEGIS, az EGIRAMLON, illetve a cég korábbi nevéből (Egyesült Gyógyszer- és Tápszergyár, EGYT) alkotott DOPEGYT.

Zárójelben jegyezzük meg, hogy a hazai piacon hozzáadott előnnyel járhat, ha a fogyasztó felismeri a gyógyszernevében a magyar vállalatra utaló jelentéselemet.

e) Az élet más területéről vett, gyógyászathoz nem kapcsolódó szó mint fantázianév

Mint láttuk, jól csengő külföldi példákat találhatunk nem a gyógyászat területéről vett, „antipharma” gyógyszervédjegyekre. Előnyös lehet egy ilyen névválasztás, hiszen már létező szavakat könnyebben jegyez meg a célközönség, védjegyszempontból viszont jól védhető, mivel a névválasztás független magától a terméktől. Nem kapcsolható az adott gyógyszerhez például a PARNASSAN (központi idegrendszeri betegségek kezelésére szolgáló szer) vagy a MARONE (vérnyomáscsökkentő) elnevezése, de a fülünknek ismerősen cseng.

Külön előny, ha a már ismert névből a gyógyszer alkalmazására is következtetni lehet. Klasszikus hazai példa erre a Daidalosz (latinosan Daedalus) mitológiai nevéből alkotott,

¹³ *Tesch Katalin*: A védjegyek szerepe egy nagy gyógyszergyár életében. Szabadalmi Közlöny és Védjegyértéktető, XCV. évf. 10. sz. 1990, p. 16.

¹⁴ Roundtable: Meeting the pharma challenge. World Trademark Review, 2006. november/december, p. 52.

utazási betegség ellen alkalmazott originális DAEDALON, de említhető az újabb keletű generikus GORDIUS is, amely – frappánsan – egy epilepsziás agyi görcsrohamok kezelésére szolgáló gyógyszert takar.

f) Mesterségesen alkotott, korábban nem létező, „100% fantázianév”

Védjegyjogi szempontból ez a kategória a „jolly joker”: újonnan alkotott, korábban nem létező szavak esetében a legkönnyebb előzménymentes, „tisztá” védjegyszót alkotni, és azt a később fellépő versenytársakkal szemben megvédeni. Bár nagyobb erőfeszítéssel járhat a célközönségben – legyen az laikus vagy a szakmában jártas – „elültetni” egy-egy ilyen innovatív márkanevet, az előzmény nélküliség marketingszempontból tiszta terepet teremt, a védjegy bevésésében a marketinget nem kötik preconcepciók vagy egyéb gátak. Példaként említhetjük az újonnan alkotott szóként védjegyként bejegyzett gyógyszernevekre a tudományosan hangzó MERTENIL-t vagy RIZOMIN-t, de találunk itt nem gyógyszernevek hatóvédjegyeket is, például a latinos TORENDO-t vagy a görögös ZOIROS-t.

Megjegyezzük, hogy egy konkrét termék vonatkozásában a piacra lépés időpontjától is függ a névválasztás: az adott generikus gyógyszerrel elsőként piacra lépő cégnek jobban megéri fantázianevet alkotni, a későbbi belépők esetén ez kisebb piaci hatással járhat.

Említésre érdemes még, hogy újabban általános (mind originális, mind generikus gyógyszernevekre jellemző) jelenség a feltűnően sokszor előforduló „x” és „z” betű. Ez minden bizonnyal annak tulajdonítható, hogy a védjegylajstrom 5-ös áruosztálya rendkívül telített, nehéz biztonságosan bejegyezhető megjelölést találni, így a védjegyalakotók igyekeznek kifejezetten nem szokványosan hangzó neveket keresni a termékeknek.¹⁵

II.3. AHÁNY GYÁR, ANNYI STRATÉGIA – VAGY MÉGSEM?

A fenti példákból már gyártókra (forgalmazókra) vetítve is látszik egy-két sajátosság, érdemes azonban külön is megvizsgálni, hogy az egyes gyógyszercegek hogyan választanak nevet a termékeiknek.

Az összesen mintegy 125 gyógyszernev részletes összevetésével kialakult képből az látható, hogy alapvető különbség fedezhető fel a világcegek és a regionális gyártók között a védjegyoltalmi stratégia kérdésében.

A multinacionális generikus gyógyszergyártó világcegek (Teva, Sandoz) Magyarországon forgalmazott termékeinek neve az esetek többségében követi a WHO generikus gyógyszerekkel kapcsolatos ajánlását. Ezek a vállalatok sokszor nem lajstromoztatják védjegyként generikus gyógyszereik nevét, hanem a hatóanyag nemzetközi szabadnevét használják a gyártó megjelölésével együtt gyógyszernevként. Így a Teva és a Sandoz itthon forgalmazott gyógyszereinek többségében a Teva vagy a Sandoz név szerepel a nemzetközi szabadnév után – pl. Olanzapine Teva/Olanzapin Sandoz, Levetiracetam Teva/Levetiracetam Sandoz stb. Azokban az esetekben, amikor mégis fantázianév alatt hozzák forgalomba gyógyszereiket,

elsősorban a hatóanyag nevéből képzett fantázianevek dominálnak. Példa erre a doxazosin tartalmú DOXAGAL (Teva) vagy a risperidone tartalmú RISPOLUX (Sandoz) neve.

A regionális gyártóknál (Richter, Egis, Krka) viszont csak elvétve találunk a nemzetközi szabadnév + cégnév minta alapján alkotott gyógyszerneveket. Ezek a cégek fantázianeveket alkotnak gyógyszereik megjelölésére, és az esetek többségében szintén a hatóanyag nevéből képzik a fantázianeveket – példa erre a montelukast tartalmú MONTELAN (Richter), a valsartan tartalmú VALSACOR (Krka) vagy az escitalopram tartalmú ESCITIL (Egis).

A Richternél és a Krkánál nagyobb arányban találunk még a gyógyszeripartól független, illetve teljes egészében mesterségesen alkotott szavakat gyógyszervédjegyként (pl. XETER – Richter, TORENDO – Krka). Az Egis védjegyei között viszont a többi vállalathoz képest nagy arányban találunk a cégre, a terápiás területre és a hatásmechanizmusra utaló „beszélő” megjelöléseket.

ZÁRSZÓ

A hatóanyagnévből képzett fantázianevek népszerűsége nem véletlen: a hozzáértő orvos, gyógyszerész számára árulkodóak és könnyen megjegyezhetőek, és aránylag kis ráfordítással „jó” védjegy is alkotható belőlük. A megjegyezhetőség különösen fontos, hiszen az orvosnak nagyon sok gyógyszernevet kell ismernie, és minden gyártó azon igyekszik, hogy ezek közül a saját termékének a neve jusson elsőként a receptet felíró orvos eszébe.

Biztonságos és járható útnak látszik tehát a hatóanyagra utaló elnevezések alkotása – a fantázia-gyógyszernévre szavazó cégek követik is. Talán azt mondhatjuk, hogy ez a trend különösen jól illeszkedik a generikus gyógyszereket gyártó cégek tevékenységéhez: egy ilyen gyógyszernév a már bevált, általánosan ismert nevű hatóanyagról árulkodik. Kérdés, hogy ez a tendencia tartós lesz-e, vagy a generikus piac várható további bővülése új gyógyszernévdívatokat fog-e szülni a jövőben.