

*Dr. Vida Sándor**

MÁS JÓ HÍRŰ VÉDJEGYÉNEK A HASZNÁLATA – ALAPOS OK FENNFORGÁSA ESETÉN: RED BULL

A jó hírű védjegy számára mind a magyar jog [Vt. 4. § (1) bek.], mind a közösségi jog [KVR¹ (8. cikk (5) bek.)] privilegizált helyzetet biztosít. Egyszerűen szólva: a szokásosnál szélesebb körű oltalmat.

Ezek a rendelkezések a védjegyirányelv² 5. cikkének (2) bekezdésén alapulnak, amely szerint

„... a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki hozzájárulása nélkül gazdasági tevékenység körében a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használ az árujegyzékben szereplő árukhoz, illetve szolgáltatásokhoz nem hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, feltéve, hogy a védjegy a tagállamban jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét.”

E meghatározásból többek között az is kiolvasható, hogy alapos ok fennforgása esetén nem tilos más jó hírű védjegyének használata, feltéve, hogy egyéb kizáró ok nem áll fenn.

A következőkben csak az „alapos ok” hiányával vagy fennforgásával foglalkozunk, mint-hogy ez képezte az alábbiakban ismertetendő jogeset tárgyát.

Tényállás

A Red Bull cég az 1983. július 11-i elsőbbséggel a 32. osztályba tartozó alkoholmentes italok vonatkozásában lajstromozott RED BULL szó- és ábrás védjegy (a továbbiakban: RED BULL) jogosultja a Benelux államokban.

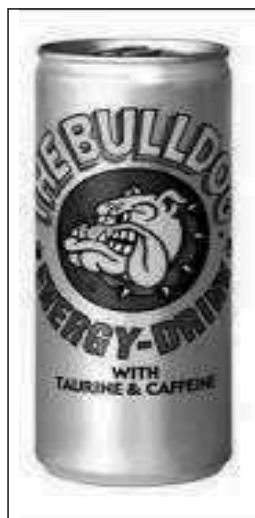
H. J. M. de Vries vállalkozó a szintén a 32. osztályba tartozó áruk vonatkozásában lajstromozott következő védjegyek jogosultja a Benelux államokban:

- az 1983. július 14-én lajstromozott THE BULLDOG szó- és ábrás védjegy;
- az 1999. december 23-án lajstromozott THE BULLDOG szóvédjegy, valamint
- a 2000. június 15-én lajstromozott THE BULLDOG ENERGY DRINK szó- és ábrás védjegy.

* jogtanácsos, Danubia Szabadalmi és Jogi Iroda.

¹ 40/94 EK sz. rendelet a közösségi védjegyről (újra kodifikálva a 2017/2009 EK sz. rendelettel).

² 89/104 EK sz. irányelv (újra kodifikálva a 2008/95 EK sz. irányelvvvel).



Ezenfelül de Vries már azelőtt, hogy a Red Bull cég 1983-ban a védjegyét bejelentette – állítása szerint 1975 óta – a THE BULLDOG megjelölést kereskedelmi névként használta kávézók, éttermi, szállodai szolgáltatások és italárusítás (a továbbiakban: vendéglátó-ipari szolgáltatások) vonatkozásában. Az sem vitatott, hogy a RED BULL védjegy bizonyos mértékű jó hírnevet élvez a Benelux államok területén.

A Red Bull cég úgy vélte, hogy de Vries a megkülönböztetésre alkalmas THE BULLDOG megjelölés használatával – mivel ez a megjelölés magában foglalja a „bull” szóelemet – sérti a RED BULL védjegy oltalmát, és ezért 2005. június 27-én az Amszterdami Törvényszékhez fordult azzal a kérelemmel, hogy az tiltsa el de Vries alperest olyan energiatalok gyártásától és forgalmazásától, amelyek csomagolásán a BULL DOG megjelölés, a „bull” szóelemet tartalmazó egyéb megjelölés, vagy más, a RED BULL védjegyeihez megkérdőjelezhető hasonló megjelölés szerepel.

De Vries viszontkeresetében a felperesnek a RED BULL védjegyhez fűződő oltalom Benelux államok tekintetében való megszűnésének a megállapítását kérte.

2007. január 17-i ítéletével a törvényszék mindkét kérelmet elutasította.

Az Amszterdami Fellebbviteli Bíróság ítéletével túlnyomórészt helyt adott a felperes fellebbezésének. A fellebbviteli bíróság azt állapította meg, hogy egyrészt a RED BULL védjegy jó hírnevet élvez a Benelux államokban, másrészt pedig, hogy az érintett vásárlóközönség a hasonlóság következtében, minthogy a védjegyben szereplő „bull” elemet az alperes által energiatalokhoz használt THE BULLDOG megjelölés is tartalmazza, az említett védjegyet és a megjelölést egymáshoz kapcsolja, még ha nem is téveszti őket össze.

A fellebbviteli bíróság úgy ítélte meg, hogy az alperes megjelölése hasonló a RED BULL védjegyhez, és az alperes a jó hírnévvel rendelkező védjegy nyomdokaiba lépve (*riding on the coattails*) tisztességtelenül ki akarta használni a felperes védjegyének ismertségét annak érdekében, hogy részesüljön a RED BULL több milliárd eurós energiatal-piaci részesedéséből.

A de Vries alperes által hivatkozott azon körülményt, miszerint a THE BULLDOG védjegy használata a THE BULLDOG megjelölés 1983 előtti, különösen italárúsításra kiterjedő értékesítési és vendéglátó-ipari tevékenységek vonatkozásában történő használat folytatása volt, a fellebbviteli bíróság nem minősítette olyan alapos oknak, amely igazolhatná e megjelölés használatát. Nézete szerint ugyanis az alperes nem igazolta az említett megjelölés használatának szükségességét, azaz hogy ésszerű módon nem várható el tőle, hogy tartózkodjék az ilyen használatától.

Az alperes a fellebbviteli bíróság határozatával szemben felülvizsgálati kérelmet terjesztett elő a Holland Legfelsőbb Bírósághoz (Hoge Raad der Nederlanden), amelyben többek között azt kifogásolta, hogy a fellebbviteli bíróság megszorítóan értelmezte az „alapos ok”-nak a védjegyirányelv 5. cikke (2) bekezdésében szereplő fogalmát. Álláspontja szerint a THE BULLDOG megjelölésnek a RED BULL védjegy benyújtását megelőző, kereskedelmi névként történő, jóhiszemű használata, illetve annak folytatása ugyanis alapos oknak minősül.

E körülményekre tekintettel a Holland Legfelsőbb Bíróság felfüggesztette az eljárást, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette az EU Bírósága elé:

„Úgy kell-e értelmezni a védjegyirányelv 5. cikke (2) bekezdését, hogy az e rendelkezésben szereplő alapos ok akkor is fennállhat, ha a jó hírnévvel rendelkező védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést az érintett harmadik személy már az említett védjegy bejelentése előtt jóhiszeműen használta?”

Előterjesztésében a legfelsőbb bíróság kételyeit fejezi ki a fellebbviteli bíróság által az „alapos ok” fogalmával kapcsolatban adott értelmezést illetően. Egyrészt ezt, a Benelux egyezmény 2.20 cikke (1) bekezdésének c) pontjában szereplő fogalmat a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdésével összhangban kell értelmezni. Másrészt a C-323/09. sz., az Interflora- és Interflora British Unit-ügyben hozott ítéletében az EU Bírósága tágabban értelmezte ezt a fogalmat.

Perösszefoglaló³

J. Kokott főtanácsos a tőle megszokott alaposággal kidolgozott perösszefoglalója már némiképp előrevetíti a jogértelmező bírói választ.

Bevezetőként úgy foglalta össze a kérdést, hogy azt kell megvizsgálni, hogy valamely megjelölésnek egy később ismertté váló, hasonló védjegy bejelentése előtt történő, jóhiszemű használata igazolhatja-e az elsőként említett megjelölés további használatát. De Vries úr és vállalkozása, a Leidseplein Beheer BV ugyanis már jóval a Red Bull védjegyeinek első lajstromozása előtt használta a THE BULLDOG felirattal ellátott buldog képét. A jelen ügyben vitatott, hogy a Red Bull megtilthatja-e ennek a megjelölésnek energiáival vonatkozásában történő használatát (perösszefoglaló, 2. pont).

³ C-65/12 ügyszám.

Majd az értelmezés tárgyát képező kérdésről azt mondja, hogy a jó hírnévvel rendelkező védjegyek jogosultjai számára biztosított oltalom terjedelmét illetően a védjegyirányelv 5. cikke (2) bekezdésének szövegéből következik, hogy az ilyen védjegyek jogosultjai megtiltathatják, hogy hozzájárulásuk és „alapos ok” nélkül harmadik személyek gazdasági tevékenységük körében használjanak azzal azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést, amennyiben a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegyek megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét. A jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultja nem csak akkor gyakorolhatja ezt a jogot, ha az érintett vásárlóközönség szempontjából fennáll az összetéveszthetőség (perösszefoglaló, 14. pont).

Az értelmezendő szöveget vizsgálva megállapítja, hogy a védjegyirányelv 5. cikk (2) bekezdésének holland szövegváltozata alapján a Red Bull megszorító felfogása alkalmasint jobban érthető, mint a többi nyelvi változat alapján. A holland szövegváltozatban nem „alapos ok” („rechtvaardige reden”) szerepel, hanem „nyomós ok” vagy „elfogadható ok” („geldige reden”). Ezt a változatot szinte már úgy is lehetne érteni, hogy a megjelölés használatára vonatkozóan konkrét jognak – így például névviselési jognak vagy egy korábbi védjegynek – kell fennállnia (perösszefoglaló, 19. pont).

Ezzel szemben a német „*rechtfertigender Grund*”, valamint a francia „*juste motif*” és az angol „*due cause*” kifejezést úgy is lehet érteni, hogy a megjelölés használatára vonatkozó oknak nem kell kényszerítő oknak lennie. Eszerint elegendő lehet olyan jogos érdek fennállása is, amely a jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultjának érdekeivel szemben többet nyom a latban (perösszefoglaló, 20. pont).

Első látásra nem világos, hogy miért ne lenne alkalmas egy megjelölés korábbi használata annak megalapozására, hogy nyomós jogos érdek állhat fenn (perösszefoglaló, 21. pont).

Az uniós jogi rendelkezések eltérő nyelvi változatait egységesen kell értelmezni. Amennyiben a változatok eltérnek egymástól, a rendelkezést főszabály szerint azon szabályozás általános rendszerének és céljának figyelembevételével kell meghatározni, amelynek e rendelkezés részét képezi (perösszefoglaló, 22. pont).

A Red Bull cég a védjegyirányelv és annak a Benelux egyezményben foglalt átültetésének a rendszerére hivatkozik álláspontja alátámasztásául. Ez utóbbi az ún. *de facto* – azaz lajstromozatlan, kizárólag a használatuk révén oltalomban részesülő – védjegyek oltalmára vonatkozó szabályozáson alapul (perösszefoglaló, 23. pont).

Egyébként egy megjelölésnek a védjegyirányelv 5. cikk (2) bekezdése szerint esetlegesen alapos okkal történő használatát még mindig meg lehet tiltani az 5. cikk (1) bekezdése alapján, amennyiben fennáll az összetéveszthetőség, mivel ebben az esetben a fogyasztók megtévesztésétől lehet tartani (perösszefoglaló, 28. pont).

Ugyan a Red Bull cég ez utóbbi megállapítással szemben azt hozza fel, hogy a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése szerinti oltalom szélesebb körű, mint az 5. cikk (1) bekezdésében biztosított oltalom, ám ez az érv nem meggyőző. Ennek a két jognak valójában eltérő funkciója van. Az 5. cikk (2) bekezdésének kizárólagos célja (*purpose*) a védjegyjogo-

sultat védeni, míg az 5. cikk (1) bekezdése a fogyasztók megtévesztéssel szembeni védelmét is szolgálja. Ezért az egyszerű védjegyek oltalma azokban az esetekben kerül alkalmazásra, amelyekben a jó hírnévvel rendelkező védjegyek oltalma nem alkalmazható, és fordítva (perösszefoglaló, 29. pont).

Következésképpen az irányelv rendszere sem követeli meg a Red Bull által képviselt megszorító felfogást (perösszefoglaló, 31. pont).

Nem meglepő, hogy az EU Bírósága a C-323/09, az Interflora-ügyben hozott ítéletében,⁴ amelyre előzetes döntéshozatal iránti kérelme szükségességének indokolásául a Holland Legfelsőbb Bíróság is hivatkozik, az „alapos ok” fogalmát nem értelmezte kényszerítő oknak. Ez az ügy olyan internetes kulcsszóval történő hirdetésre vonatkozott, amely egy jó hírnévvel rendelkező védjegynek felel meg. A hirdetés anélkül kínálta a jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak alternatíváját, hogy az említett védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak egyszerű utánzatát árulta volna, felhívulást vagy hírnevének csorbulását okozta volna, vagy egyébként sértette volna ennek a védjegynek a funkcióit. Az ilyen használat főszabály szerint a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások ágazatában folyó egészséges és tisztességes verseny körébe tartozik, és ezért a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében vett „alapos okból” történik (perösszefoglaló, 32. pont).

A védjegyirányelv 5. cikke (2) bekezdéséből is kiolvasható (*calls for*) a mérlegelési tevékenység. A jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultja ugyanis nem tilthatja meg a védjegy vagy az ahhoz hasonló megjelölések bármely használatát, hanem csak az olyan használatot, amely alapos ok nélkül sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét. A tisztességtelen kihasználás vagy sérelem e tekintetben szorosan kapcsolódik az alapos ok hiányához. Ha ugyanis a megjelölés használata igazolható, akkor főszabály szerint nem lehet pejoratív módon tisztességtelennek minősíteni (perösszefoglaló, 36. pont).

⁴ A rendelkező rész 2. pontjának szövege:

A védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdését és a KVR 9. cikke (1) bekezdésének c) pontját úgy kell értelmezni, hogy a jó hírnevet élvező védjegy jogosultja megtilthatja valamely versenytársa számára, hogy az e védjeggyel megegyező azon kulcsszó alapján hirdessen, amelyet e versenytárs az említett jogosult hozzájárulása nélkül internetes reklámszolgáltatás keretében kiválasztott, amennyiben az említett versenytárs ily módon tisztességtelenül kihasználja a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (élősködés), vagy ha az említett hirdetés sérti e megkülönböztetőképességet (felhívulás), illetve e jó hírnevet (csorbulás).

Az ilyen kulcsszó alapján megjelenített hirdetés sérti a jó hírnevet élvező védjegy megkülönböztetőképességét (felhívulás), különösen ha hozzájárul e védjegy általános kifejezéssé való változtatásához.

Ezzel szemben valamely jó hírnevet élvező védjegy jogosultja nem tilthatja meg többek között az e védjeggyel megegyező kulcsszó alapján a versenytársak által megjelenített olyan hirdetéseket, amelyek – anélkül, hogy az említett védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak egyszerű utánzatát árulnák, felhívulást vagy a jó hírnév csorbulását okozná, vagyis sértének a jó hírnevet élvező védjegy funkcióit – a jogosult áruinak vagy szolgáltatásainak alternatíváját kínálják.

Célszerűnek tűnik ezért az alapos ok vizsgálatát arra összpontosítani, hogy a megjelölés használata tisztességtelenül kihasználja-e a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét. Ezt az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni (perösszefoglaló, 37. pont).

Az EU Bírósága e tekintetben elsősorban a védjegy jó hírnevének erősségét és a védjegy megkülönböztetőképességének a mértékét, az ütköző védjegyek közötti hasonlóság mértékét, valamint az érintett áruk és szolgáltatások jellegét és közelségük mértékét vette alapul. A korábbi védjegy erősségét és megkülönböztetőképességének mértékét illetően az EU Bírósága kimondta, hogy minél nagyobb a korábbi védjegy megkülönböztetőképessége és jó hírneve, annál inkább fennáll a sérelem. Minél erőteljesebben és közvetlenebbül idézi fel a megjelölés a védjegyet, annál nagyobb annak a kockázata, hogy a megjelölés jelenlegi vagy jövőbeli használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (perösszefoglaló, 38. pont).

Ennek vizsgálatánál a tagállami bíróságnak figyelembe kell vennie, hogy azonos árukról van szó, és ezért különösen nyilvánvaló az ezen áruk tekintetében jó hírnévvel rendelkező védjegyekhez fűződő kapcsolat. A megjelölések azonban nem azonosak, hanem csak a „bull” szó tekintetében egyeznek meg, amely de Vries alperes megjelölésében csak a „bulldog” szó részét alkotja, és egy egészen más kép kapcsolódik hozzá (perösszefoglaló, 39. pont).

A tisztességtelen kihasználás lényeges jellemzője, hogy valamely harmadik fél a jó hírnévvel rendelkező védjegyhez hasonló megjelölés használatával megpróbál annak nyomdokába lépni azért, hogy előnyt szerezzen annak vonzerejéből, elismertségéből és presztízséből, valamint azért, hogy kihasználja – mindennemű pénzügyi ellentételezés nélkül, illetve anélkül, hogy e tekintetben saját ráfordítást kellene eszközölnie – a védjegyjogosult által e védjegy imázsának megteremtése és fenntartása érdekében eszközölt üzleti ráfordításokat (perösszefoglaló, 40. pont).

Ennek megítélésénél nagy jelentőséggel bírhat az a körülmény, hogy a THE BULLDOG megjelölést alkoholmentes italok tekintetében már 1983-ban védjegyként lajstromozták. Bár a Red Bull védjegye néhány nappal korábbi, kétséges, hogy ebben az időpontban már rendelkezett volna jó hírnévvel. Az alperes e védjegy vonatkozásában ezért főszabály szerint hivatkozhat a szerzett jogok tiszteletben tartásának az uniós jogban elismert alapelveire az alkoholmentes energiatalok tekintetében történő használat igazolása keretében. Egy fennálló jog kihasználása főszabály szerint nem minősülhet tisztességtelennek és igazolatlanoknak, ha egy másik védjegy a későbbiekben nagyfokú jó hírnevet szerez, és ezáltal oltalmának terjedelme már fennálló védjegyek oltalmának terjedelmével ütközik (perösszefoglaló, 41. pont).

Másfelől meg kell állapítani, hogy maga de Vries alperes nem hivatkozik arra, hogy használta volna ezt a védjegyet 1997 előtt energiatalok vonatkozásában. Az előzetes döntéshozatal iránti kérelemből sem állapítható meg, hogy a Holland Legfelsőbb Bíróság foglalkozott volna ennek a védjegynek a joghatásaival. Ezzel szemben abból indult ki, hogy a védjegyet

a gasztronómia területén *más* gazdasági tevékenységek vonatkozásában használták (perösszefoglaló, 42. pont).

Az érdekek mérlegelésekor mindazonáltal még az ilyen használatot is figyelembe kell venni. Ez a használat ugyanis harmadik személy saját erőfeszítésének minősül, akinek így már nem lehet felróni, hogy önálló erőfeszítés nélküli, élósködő magatartást tanúsítana. A korábbi használat növelhette a megjelölés vonzerejét, elismertségét és presztízsét is, amelyeket a harmadik személy jogos érdekének kell tekinteni. Kisebb mértékben akkor is igaz ez, ha a megjelölést abban az időszakban használták, amikor a védjegyet már bejelentették, de még nem szerzett jó hírnevet (perösszefoglaló, 43. pont).

Mivel egy megjelölés korábbi használata vonzerőt, elismertséget és presztízst eredményezhet, annak jelenlegi használata is alkalmas lehet egyébként arra, hogy a védjegy származási funkcióját betöltse, és elősegítse ezáltal a fogyasztók jobb tájékoztatását. Így a jelen esetben fennáll annak a lehetősége, hogy legalábbis az amszterdami fogyasztók a THE BULLDOG megjelölést jobban össze tudják kapcsolni egy adott vállalkozással, mint a de Vries nevet vagy egy teljesen új megnevezést (perösszefoglaló, 44. pont).

A korábban használt megjelölés használatához fűződő ezen jogos érdeket az sem oltja ki, hogy de Vries esetleg csak azt követően kezdett el energiitalokat forgalmazni, hogy a Red Bull nagy sikert aratott ezzel az áruval. A védjegyjognak nem feladata, hogy vállalkozásokat megakadályozzon abban, hogy bizonyos piacokon ne vegyenek részt a versenyben. Ahogy az Interflora-ügyben hozott ítélet⁵ is tanúsítja, az ilyen verseny inkább kívánatos a belső piacon. E verseny keretében pedig a vállalkozások – az összetévesztés veszélyének fenntartásával – főszabály szerint arra is jogosultak, hogy használják azokat a megjelöléseket, amelyeken a piacon ismerik őket (perösszefoglaló, 45. pont).

Következésképpen azt javaslom a bíróságnak – mondja a főtanácsnok –, hogy az előzetes döntéshozatal iránti kérelemre a következő választ adja:

Annak megítélésénél, hogy egy harmadik személy a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében alapos ok nélkül, tisztességtelenül kihasználja-e egy jó hírnévvel rendelkező védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét azáltal, hogy egy jó hírnévvel rendelkező védjegyhez hasonló megjelölést használ, e harmadik személy javára kell figyelembe venni, ha a megjelölést már a jó hírnévvel rendelkező védjegy bejelentése vagy jó

⁵ Az ítélet hivatkozott 91. pontja:

... ha az interneten valamely jó hírnevet élvező védjeggyel megegyező kulcsszó alapján megjelenített hirdetés anélkül kínálja a jó hírnevet élvező védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak alternatíváját, hogy az említett védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak egyszerű utánzatát árulná, felhígulást vagy a jó hírnév csorbulását okozná, vagyis sértené a jó hírnevet élvező védjegy funkcióit, azt a következtetést kell levonni, hogy az ilyen használat főszabály szerint a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások ágazatában folyó egészséges és tisztességes verseny körébe tartozik, és ezért a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése és a KVR 9. cikke (1) bekezdésének c) pontja értelmében vett „alapos okból” történik.

Ugyanebben a gondolatkörben hivatkozik továbbá a perösszefoglaló az EUSZ 3. cikke (3) bekezdésére a belső piacról és a belső piacról és a versenyről szóló 27. sz. Jegyzőkönyvre.

hírnevűvé válása előtt jóhiszeműen használta más áruk és szolgáltatások vonatkozásában (perösszefoglaló, 49. pont).

Ítélet⁶

Az ügyben az EU Bírósága 2014. február 6-án hozott ítéletet.

Ítéletét az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés vizsgálatával kezdi. Eszerint a tagállami bíróság kérdése lényegében arra irányul, hogy úgy kell-e értelmezni a védjegy-irányelv 5. cikkének (2) bekezdését, hogy az e rendelkezés értelmében vett „alapos oknak” minősíthető, ha harmadik személy egy jó hírnévvel rendelkező védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést a védjegy árujegyzékében szereplő áru vonatkozásában használ, amennyiben bebizonyosodik, hogy ezt a megjelölést már az említett védjegy bejelentése előtt jóhiszeműen használta (ítélet, 20. pont).

Tekintettel az alapügy körülményeire és arra, hogy az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés megválaszolásához a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdésében szereplő kifejezések értelmezésére van szükség, emlékeztetni kell arra, hogy – még ha e rendelkezések csak azon esetet említik is, amikor valamely jó hírnévvel rendelkező védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használnak olyan áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában, amelyek nem hasonlók a védjegy árujegyzékében szereplő árukhoz vagy szolgáltatásokhoz – az ott szabályozott oltalom még inkább vonatkozik a jó hírnévvel rendelkező védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölésnek olyan áruk vagy szolgáltatások kapcsán történő használatára, amelyek azonosak az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, vagy azokhoz hasonlóak (a fent hivatkozott Interflora és Interflora British Unit-ügyben hozott ítélet 68.⁷ pontja és az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat) (ítélet, 21. pont).

Továbbá, minthogy nem vitatott, hogy a RED BULL védjegy jó hírnévvel rendelkezik, és hogy a védjegyjogosult kérte de Vries alperes eltiltását a védjegy árujegyzékében szereplőkkel azonos olyan áruk gyártásától és forgalmazásától, amelyek csomagolásán az említett

⁶ C-65/12 ügyszám.

⁷ A szöveg:

Először is az említett 5. cikk (2) bekezdésének és 9. cikk (1) bekezdése c) pontjának alkalmazhatóságát illetően állandó ítélkezési gyakorlat, hogy még ha e rendelkezések csak azon esetet említik is, amikor valamely jó hírnevet élvező védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használnak olyan áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában, amelyek nem hasonlók a védjegy árujegyzékében szereplő árukhoz vagy szolgáltatásokhoz, az ott szabályozott oltalom még inkább vonatkozik a jó hírnevet élvező védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölésnek olyan áruk vagy szolgáltatások kapcsán történő használatára, amelyek azonosak az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, vagy azokhoz hasonlóak (lásd különösen a C-292/00. sz., a Davidoff-ügyben hozott ítélet 30. pontját; a C-408/01. sz., az Adidas-Salomon és Adidas Benelux-ügyben hozott ítélet 18–22. pontját, valamint a C-236-238/08. sz., a Google-ügyben hozott ítélet 48. pontját).

védjegyhez hasonló megjelölés látható, a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése alkalmazandó az alapügyben (ítélet, 22. pont).

Az alapeljárás felei azonban eltérően értelmezik az „alapos ok” fogalmát. Míg de Vries úr szerint ez a fogalom kiterjedhet egy jó hírnévvel rendelkező védjegyhez hasonló megjelölésnek e védjegy bejelentése előtt történő, jóhiszemű használatára, addig a Red Bull cég arra hivatkozik, hogy ez a fogalom csak objektív kényszerítő okokra vonatkozik (ítélet, 23. pont).

Elsőként a Red Bull cég azt állítja, hogy az „alapos ok” fogalmának a de Vries alperes érveléséből kivehető kiterjesztő értelmezése közvetve a lajstromozatlan védjegyek elismeréséhez vezet, holott a Benelux egyezmény a védjegyirányelvvvel összhangban olyan védjegyoltalmi rendszert ismer, amely kizárólag a védjegyek lajstromozásán alapul (ítélet, 24. pont).

Másodikként a Red Bull cég arra hivatkozik, hogy ez az értelmezés tévesen ahhoz az eredményhez vezetne, hogy az említett irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében a bejelentett védjegy jogosultja számára biztosított jogok korlátozottabbak lennének, mint az 5. cikk (2) bekezdésében számára biztosított jogok (ítélet, 25. pont).

Következésképpen első lépésként az „alapos ok” fogalmának tartalmát kell meghatározni, majd második lépésként ez alapján meg kell állapítani, hogy valamely, jó hírnévvel rendelkező védjegyhez hasonló megjelölésnek az e védjegy bejelentése előtt történő használatára kiterjedhet-e ez a fogalom abban az esetben, ha ezt a megjelölést az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában használják (ítélet, 26. pont).

Az „alapos ok” fogalmának tartalmáról

Előjáróban meg kell állapítani, hogy a védjegyirányelv nem határozza meg az „alapos ok” fogalmát. Az irányelv 5. cikke (2) bekezdésének szövege továbbá nem támasztja alá a Red Bull cég e fogalomra vonatkozó megszorító értelmezését (ítélet, 27. pont).

Ezt a fogalmat ezért az általános szerkezetre, és azon rendszer céljaira tekintettel kell értelmezni, amelynek részét képezi (lásd ebben az értelemben a C-292/00. sz., a Davidoff-ügyben hozott ítélet 24. pontját),⁸ valamint figyelembe véve különösen a fogalmat tartalmazó rendelkezés összefüggéseit (lásd ebben az értelemben a C-320/12. sz., a Malaysia Dairy Industries-ügyben hozott ítélet 25. pontját⁹ – jelen ítélet, 28. pont).

⁸ Vö. dr. Vida Sándor: Az Európai Bíróság védjegyjogi gyakorlata II. Miskolc, 2010, p. 65.

⁹ A szöveg:

Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az uniós jog egységes alkalmazásának követelményéből és az egyenlőség elvéből az következik, hogy a jelentésének és hatályának meghatározása érdekében a tagállami jogokra kifejezett utalást nem tartalmazó uniós jogi rendelkezést az egész Európai Unióban önállóan és egységesen kell értelmezni, figyelembe véve a rendelkezés összefüggéseit és a kérdéses szabályozás célját (lásd többek között a C-482/09. sz., a Budějovický Budvar-ügyben hozott ítélet 29. pontját).

Bevezetéképpen emlékeztetni kell arra, hogy bár az irányelv 5. cikke úgy rendelkezik, hogy a védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogot biztosít, e jog gyakorlásának korlátozása e rendelkezésből is fakad (ítélet, 29. pont).

Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az e rendelkezésben foglalt kizárólagos jog biztosításának célja az, hogy lehetővé tegye a jogosult számára a védjegyéhez kapcsolódó különös jogosulti érdekeinek védelmét, azaz annak biztosítását, hogy a védjegy betölthesse saját funkcióit. E jog gyakorlásának ezért azokra az esetekre kell korlátozódnia, amikor a megjelölés harmadik személy általi használata sérti vagy sértheti a védjegy valamely funkcióját. E funkciók között nem csupán a védjegy alapvető funkciója szerepel, amely abban áll, hogy szavatolja a fogyasztók számára a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások származását, hanem a védjegy egyéb funkciói is, mint például az ezen áru vagy szolgáltatás minőségének szavatolása, vagy a kommunikációval, a befektetésekkel, illetve a reklámmal kapcsolatos funkciók (a C-661/11. sz., a Martin Y Paz Diffusion-ügyben hozott ítélet 58. pontja¹⁰ és az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat – jelen ítélet, 30. pont).

E tekintetben rá kell mutatni arra, hogy a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének és ezen irányelv tizedik preambulumbekzdésének a szövegéből az következik, hogy a tagállamok jogát oly módon harmonizálták, hogy a védjegyoltalomból eredő kizárólagos jog a védjegy jogosultja számára „abszolút” védelmet ad a védjeggyel azonos megjelöléseknek azonos áruk vagy szolgáltatások tekintetében, harmadik személyek által történő használatával szemben (a C-323/09. sz., az Interflora és Interflora British Unit-ügyben hozott ítélet 36. pontja¹¹ – jelen ítélet, 31. pont).

¹⁰ A szöveg:

Ami a kizárólagos jog azon korlátozásait illeti, amelyek szorosan a védjegyirányelv önmagában tekintett 5. cikkéből erednek, az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az e rendelkezésben foglalt kizárólagos jog célja az, hogy lehetővé tegye a védjegyjogosult számára különös jogosulti érdekeinek védelmét, azaz annak biztosítását, hogy a védjegy betölthesse szerepét. E jog gyakorlásának ezért azokra az esetekre kell korlátozódnia, amikor a megjelölés harmadik személy általi használata sérti vagy sértheti a védjegy valamely funkcióját. E funkciók között szerepel nemcsak a védjegy azon alapvető funkciója, amely a fogyasztók számára szavatolja a szóban forgó áru vagy szolgáltatás származását, hanem olyan egyéb funkciók is, mint az ezen áru vagy szolgáltatás minőségének szavatolása, vagy a kommunikációval, a befektetésekkel, illetve a reklámmal kapcsolatos funkciók (lásd ebben az értelemben különösen a C-482/09. sz., a Budějovický Budvar-ügyben hozott ítélet 71. pontját és az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlatot, valamint a C-323/09. sz., az Interflora és Interflora British Unit-ügyben hozott ítélet 32–41. pontját).

¹¹ A szöveg:

Rá kell mutatni, hogy a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének és ezen irányelv tizedik preambulumbekzdésének szövegéből következik, miszerint a tagállamok jogát oly módon harmonizálták, hogy a védjegyoltalomból eredő kizárólagos jog a védjegy jogosultja számára „abszolút” védelmet ad az említett védjeggyel azonos megjelölések azonos áruk vagy szolgáltatások tekintetében harmadik felek által történő használatával szemben, míg amennyiben e kettős azonosság nem áll fenn, kizárólag az összetévesztés veszélyének fennállása teszi lehetővé a jogosult számára, hogy kizárólagos jogára hasznosan hivatkozzon. Az említett cikk (1) bekezdésének *a*) pontjában, és az ugyanazon (1) bekezdés *b*) pontjában biztosított védelem fent említett elhatárolását a közösségi védjegy tekintetében a KVR. hetedik preambulumbekzdése és 9. cikkének (1) bekezdése is átvette.

Jóllehet az uniós jogalkotó „abszolútnak” minősítette a védjeggyel azonos megjelölésnek a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában történő engedély nélküli használatával szembeni védelmet, az EU Bírósága e minősítést összefüggéseiben vizsgálta annak kimondásakor, hogy bármilyen jelentős is legyen a védjegyirányelv 5. cikke (1) bekezdésének *a*) pontjában biztosított védelem, annak célja csupán az, hogy lehetővé tegye a védjegy jogosult számára különös jogosulti érdekeinek védelmét, azaz annak biztosítását, hogy a védjegy betölthesse saját funkcióit. Az EU Bírósága ebből azt a következtetést vonta le, hogy a védjegyoltalomból eredő kizárólagos jog gyakorlásának azokra az esetekre kell korlátozódnia, amikor a megjelölés harmadik személy általi használata sérti vagy sértheti a védjegy funkcióit (a fent hivatkozott Interflora és Interflora British Unit-ügyben hozott ítélet 36. pontja¹² – jelen ítélet, 32. pont).

Az említett irányelv 5. cikkének (2) bekezdése az ugyanezen cikk (1) bekezdésében előírtnál szélesebb körű oltalmat vezet be a jó hírnévvel rendelkező védjegyek javára. Ezen oltalom különös feltétele a lajstromozott védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés olyan alapos ok nélküli használata, amely a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét tisztességtelenül kihatározza vagy kihatározza, illetőleg sérti vagy sértheti (a C-487/07. sz., a L'Oréal és társai-ügyben hozott ítélet 34. pontja¹³ és az ott hivatkozott ítélezési gyakorlat – jelen ítélet, 33. pont).

Ha valamely tagállam átülteti a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdését, akkor legalább annyira széles oltalmat kell biztosítania az azonos vagy hasonló áruk vagy szolgáltatások számára, mint a nem hasonló áruk vagy szolgáltatások számára. A tagállamok választási lehetősége tehát magára az elvre vonatkozik, hogy nagyobb védelmet biztosíthatnak a jó hírnevet élvező védjegyeknek, de ha valamely tagállam ezt biztosítja, nem választhat a védelem alá tartozó helyzetek vonatkozásában (lásd a C-408/01. sz., az Adidas-Salomon és Adidas Benelux-ügyben hozott ítélet 20. pontját¹⁴ – jelen ítélet, 34. pont).

¹² Vö. 11. l. j.

¹³ A szöveg:

A védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése az ugyanezen cikk (1) bekezdésében előírtnál szélesebb körű oltalmat vezet be a jó hírnévvel rendelkező védjegyek javára. Ezen oltalom különös feltétele a lajstromozott védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés olyan alapos ok nélküli használata, amely a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét tisztességtelenül kihatározza vagy kihatározza, illetőleg sérti vagy sértheti (lásd ebben az értelemben a C-425/98. sz., a Marca Mode-ügyben hozott ítélet 36. pontját; a C-408/01. sz., az Adidas-Salomon és Adidas Benelux-ügyben hozott ítélet 27. pontját és a C-102/07. sz., az Adidas és Adidas Benelux-ügyben hozott ítélet 40. pontját, valamint a védjegyirányelv 4. cikke (4) bekezdésének *a*) pontját illetően a C-252/07 sz., az Intel Corporation-ügyben hozott ítélet 26. pontját).

¹⁴ A szöveg:

Ha a tagállam a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdését saját jogába átülteti, akkor annak legalább olyan terjedelmű tartalmat köteles biztosítani az azonos vagy hasonló szolgáltatások esetén, mint a nem azonos vagy nem hasonló termékek és szolgáltatások esetén. A tagállamok számára biztosított opció ugyanis a jó hírű védjegyek oltalmára általában vonatkozik, de nem azokra az egyes esetekre, amikor valamely jó hírű védjegy oltalmát biztosítani kell.

Ennek megállapítása azonban csupán azt jelenti, hogy az „alapos ok” fogalmát a védjegyirányelv 5. cikkének (1) bekezdésére tekintettel kellene értelmezni (ítélet, 35. pont).

Ahogy ugyanis a főtanácsnok indítványa 29. pontjában rámutatott, ezen irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdése eltérő célra irányul, és ezért az egyszerű védjegyek oltalmára vonatkozó szabályok azokban az esetekben kerülnek alkalmazásra, amelyekben a jó hírnévvel rendelkező védjegyek oltalmára irányuló rendelkezések nem alkalmazhatók. Fordítva pedig: az utóbbi rendelkezések azokban az esetekben kerülnek alkalmazásra, amelyekben az egyszerű védjegyek oltalmára vonatkozó szabályok nem alkalmazhatók (ítélet, 36. pont).

Következésképpen a Red Bull cég és az olasz kormány tévesen hivatkozik arra, hogy a védjegyek lajstromozásán alapuló, a Benelux egyezményben átvett védjegyoltalmi rendszer kizárja a bejelentett védjegy jogosultját megillető jogok terjedelmének korlátozását (ítélet, 37. pont).

Rá kell ugyanis mutatni arra, hogy a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése csak bizonyos feltételek mellett hatalmazza fel a jó hírnévvel rendelkező védjegyek jogosultjait arra, hogy fellépjenek olyan harmadik személyekkel szemben, akik a védjegyeikkel azonos vagy azokhoz hasonló megjelöléseket olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használnak, amelyek nem hasonlóak a védjegyek árujegyzékében szereplő árukhoz, illetve szolgáltatásokhoz (ítélet, 38. pont).

A jó hírnévvel rendelkező védjegyek oltalma szélesebb körű az egyszerű védjegyek oltalmánál, mivel a megjelölések harmadik személy általi használatának megtiltása nem függ sem a megjelölésnek az irányelv 5. cikke (1) bekezdésének *a*) pontjában említett azonoságától, sem pedig az ugyanezen irányelv 5. cikke (1) bekezdésének *b*) pontjában említett összetéveszthetőségtől (ítélet, 39. pont).

Közelebről: valamely jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultjának ahhoz, hogy a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdésében foglalt oltalomra hivatkozhasson, nem kell igazolnia védjegye megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének a sérelmét, mivel a harmadik személyek az említett védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés használata révén tisztességtelenül kihasználják a védjegy jó hírnevét (ítélet, 40. pont).

Mindazonáltal a védjegyirányelv általános jelleggel arra irányul, hogy egyensúlyba hozza a védjegyjogosultnak a védjegy alapvető funkciójának biztosításához fűződő érdekét, és a többi gazdasági szereplő azon érdekét, hogy olyan megjelölések álljanak rendelkezésükre, amelyek alkalmasak áruik és szolgáltatásaik jelölésére (a C-145/05. sz., a Levi Strauss-ügyben hozott ítélet 29. pontja¹⁵ – jelen ítélet, 41. pont).

¹⁵ A szöveg:

E rendelkezésekből következően a védjegyirányelvnek – általános jelleggel – az a célja, hogy egyensúlyba hozza a védjegyjogosult érdekeit a védjegy alapvető funkciójának biztosítása érdekében, valamint a többi gazdasági szereplő azon érdekét, hogy olyan megjelölések álljanak rendelkezésükre, amelyek alkalmasak áruik és szolgáltatásaik jelölésére (lásd – egy önmagában álló szín védjegyként történő lajstromozása esetén a színek rendelkezésére állásának igénye kapcsán – a C-104/01. sz., a Libertel-ügyben hozott ítéletet).

Ebből következően a védjegyjogosult jogainak az említett irányelv szerinti védelme nem feltétel nélküli, mivel ez a védelem az említett érdekek egyensúlyba hozatala érdekében különösen azokra az esetekre korlátozódik, amikor a jogosult elég ébernek mutatkozik ahhoz, hogy fellépjen a védjegyére esetlegesen veszélyt jelentő megjelölések más gazdasági szereplők általi használatával szemben (a C-195/05 sz., a Levi Strauss-ügyben hozott ítélet 30. pontja¹⁶ – jelen ítélet, 42. pont).

Márpedig az olyan védjegyoltalmi rendszerben, mint amelyet a Benelux egyezmény a védjegyirányelv alapján elfogadott, a harmadik személyek ahhoz fűződő érdekeit, hogy gazdasági tevékenység körében valamely jó hírnevű védjegyhez hasonló megjelölést használjanak, ezen irányelv 5. cikkének (2) bekezdésével összefüggésben, az említett megjelölés használójának arra irányuló lehetőségén keresztül kell figyelembe venni, hogy „alapos okra” hivatkozzon (ítélet, 43. pont).

Ha ugyanis a jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultjának sikerül bizonyítania az irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében említett sérelmek valamelyikét, és konkrétan az említett védjegy megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének a megsértését, akkor a jó hírnevű védjegyhez hasonló megjelölést használó harmadik személy feladata annak bizonyítása, hogy az ilyen megjelölés használatának alapos oka van (lásd analógia útján a C-252/07. sz., az Intel Corporation-ügyben hozott ítélet 39. pontját¹⁷ – jelen ítélet, 44. pont).

Az „alapos ok” fogalmát ebből következően úgy kell értelmezni, hogy az nem csupán objektív kényszerítő okokat ölel fel, hanem a jó hírű védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használó harmadik személy szubjektív érdekeivel is összefügg (ítélet, 45. pont).

Ezért az „alapos ok” fogalmának nem az a célja, hogy egy jó hírű védjegy és egy ahhoz hasonló, a védjegy bejelentését megelőzően is használt megjelölés közötti konfliktust szabályozzon, vagy hogy az említett védjegy jogosultját megillető jogokat korlátozza, hanem hogy egyensúlyt teremtsen a kérdéses érdekek között, figyelembe véve – a védjegyirányelv 5. cikke (2) bekezdésének sajátos összefüggésein belül és a védjegyet megillető szélesebb körű oltalomra tekintettel – a megjelölés használójának érdekeit. Ezzel kapcsolatban az, ha egy harmadik személy arra hivatkozik, hogy alapos oka van egy jó hírű védjegyhez hasonló megjelölés használatára, nem eredményezheti annak elismerését, hogy megilletik őt a lajstromozott védjegyhez fűződő jogok, viszont arra kényszeríti a jó hírnevű védjegy jogosultját, hogy tűrje el a hasonló megjelölés használatát (ítélet, 46. pont).

Az EU Bírósága a fent hivatkozott Interflora és Interflora British Unit-ügyben hozott ítélet 91. pontjában¹⁸ egy internetes reklámszolgáltatásra vonatkozó kulcsszavak használatára

¹⁶ A szöveg:

Ebből következően a védjegyjogosult jogainak a védjegyirányelv szerinti védelme nem feltétel nélküli, mivel az oltalom korlátozott, különösen azért, hogy egyensúlyba hozza az említett érdekeket azokban az esetekben, amikor a jogosult elég ébernek tűnik ahhoz, hogy fellépjen a védjegyére esetlegesen veszélyt jelentő megjelölések más gazdasági szereplők általi használatára ellen.

¹⁷ *Vida*: i. m. (8), p. 101.

¹⁸ Vö. 5. lábj.

irányuló ügy kapcsán kimondta, hogy amennyiben az interneten valamely jó hírnevet élvező védjeggyel megegyező kulcsszó alapján megjelenített hirdetés anélkül kínálja a jó hírnevet élvező védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak alternatíváját, hogy az említett védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak egyszerű utánzatát árulná, sértené a védjegy jó hírnevét vagy megkülönböztetőképességét, és végső soron az említett védjegy funkcióit, akkor azt a következtetést kell levonni, hogy az ilyen használat főszabály szerint a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások ágazatában folyó egészséges és tisztességes verseny körébe tartozik, és ezért „alapos okból” történik (ítélet, 47. pont).

Következésképpen az „alapos ok” fogalma nem értelmezhető úgy, mint amely csak az objektív kényszerítő okokra vonatkozik (ítélet, 48. pont).

Azt is meg kell vizsgálni, milyen feltételek mellett sorolható e fogalom körébe egy jó hírű védjegyhez hasonló megjelölésnek harmadik személy által, az említett védjegy árujegyzékében szereplő áruval azonos áru tekintetében történő használata, amennyiben ezt a megjelölést a védjegy bejelentését megelőzően már használták (ítélet, 49. pont).

Arról, hogy milyen feltételek mellett sorolható az „alapos ok” fogalma körébe egy jó hírű védjegyhez hasonló megjelölésnek a védjegy bejelentését megelőző használata

De Vries úr észrevételeiben arra hivatkozik, hogy a THE BULLDOG megjelölést 1975 óta használja vendéglátó-ipari szolgáltatások tekintetében. Az előzetes döntéshozatalra utaló határozat szerint ez a használat már a RED BULL védjegy lajstromozását megelőzően is bizonyítottan fennállt. De Vries alperes ezenkívül az 1983. július 14-én, különösen alkoholmentes italok vonatkozásában lajstromozott THE BULLDOG ábrás és szóvédjegy jogosultja. Az, hogy az alperes mikortól gyárt és forgalmaz olyan energitalokat, amelyek csomagolásán a BULL DOG megjelölés szerepel, nem tisztázott (ítélet, 50. pont).

Nem vitattott, hogy de Vries úr a RED BULL védjegy árujegyzékében szereplő áruktól és szolgáltatásoktól eltérő áruk és szolgáltatások vonatkozásában használta a THE BULLDOG megjelölést azelőtt, hogy ez a védjegy jó hírnevet szerzett volna (ítélet, 51. pont).

Az EU Bírósága korábban már kimondta, hogy amikor harmadik személy a jó hírű védjegyhez hasonló megjelölés használatával megpróbál annak nyomdokába lépni azért, hogy részesüljön annak vonzerejéből, elismertségéből és presztízséből, valamint azért, hogy kihasználja – mindennemű pénzügyi ellentételezés nélkül, illetve anélkül, hogy e tekintetben saját ráfordítást kellene eszközölnie – a védjegyjogosult által e védjegy imázsának megteremtése és fenntartása érdekében eszközölt üzleti ráfordításokat, akkor az említett használatból származó hasznót az említett védjegy megkülönböztetőképessége vagy jó hírneve

tisztességtelen kihasználásának kell minősíteni (lásd a C-478/07. sz., a L'Oréal és társai-ügyben hozott ítélet 49. pontját¹⁹ – jelen ítélet, 52. pont).

A kérdést előterjesztő bíróságnak annak megállapításához, hogy egy jó hírű védjegyhez hasonló megjelölésnek a védjegy bejelentését megelőző, harmadik személy általi használata „alapos oknak” minősíthető-e a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében, és igazolhatja-e azt, hogy ez a harmadik személy kihasználja az említett védjegy jó hírnevét, különösen két tényezőt figyelembe véve kell értékelést végeznie (ítélet, 53. pont).

Először is azt kell megállapítania, hogy milyen mértékű az említett megjelölés elfogadottsága és ismertsége az érintett vásárlóközönség körében. A jelen ügyben nem vitatott, hogy a THE BULLDOG megjelölést 1983-tól vagy még régebben használják valamennyi vendéglátóipari áru és szolgáltatás vonatkozásában. Az viszont, hogy de Vries úr mióta árusít energiaitalokat, nem derül ki pontosan az előzetes döntéshozatalra utaló határozatból (ítélet, 54. pont).

Másodszor a megjelölés használójának szándékát kell megvizsgálni (ítélet, 55. pont).

E tekintetben ahhoz, hogy a jó hírű védjegyhez hasonló megjelölés használatát jóhiszeműnek lehessen minősíteni, figyelembe kell venni a megjelölés használatával érintett áruk és szolgáltatások és a védjegy árujegyzékében szereplő áru közötti hasonlóság mértékét, valamint azt, hogy az említett megjelölést mikor használták először az említett védjegy árujegyzékében szereplő áruval azonos áru vonatkozásában, és hogy a védjegy mikor szerzett jó hírnevet (ítélet, 56. pont).

Egyrészt amikor valamely megjelölést egy jó hírű védjegy bejelentése előtt olyan áruk és szolgáltatások vonatkozásában használtak, amelyek a védjegy árujegyzékében szereplő áruhoz kapcsolhatók, e megjelölésnek az utóbbi áru tekintetében történő használata azon áruk és szolgáltatások választéka természetes bővítésének tűnhet, amelyekkel kapcsolatban az említett megjelölés már bizonyos fokú ismertségre tett szert az érintett vásárlóközönség körében (ítélet, 57. pont).

A jelen esetben nem vitatott, hogy de Vries úr vendéglátóipari áruk és szolgáltatások vonatkozásában, italárusítás keretében használja a THE BULLDOG megjelölést. Ezért a megjelölésnek az érintett vásárlóközönség körében élvezett ismertségére és a megjelölés használatával érintett áruk és szolgáltatások jellegére tekintettel az említett megjelöléssel ellátott csomagolással történő energiatartósítás nem a RED BULL védjegy jó hírnevének kihasználására irányuló kísérletnek, hanem a de Vries úr által kínált áruk és szolgáltatások vá-

¹⁹ A szöveg:

E tekintetben pontosítani kell, hogy amikor valamely harmadik fél a jó hírű védjegyhez hasonló megjelölés használatával megpróbál annak nyomdokába lépni azért, hogy előnyt szerezzen annak vonzerejéből, elismertségéből és presztízséből, valamint azért, hogy kihasználja – mindennemű pénzügyi ellentételezés nélkül, illetve anélkül, hogy e tekintetben saját ráfordítást kellene eszközölnie – a védjegyjogosult által e védjegy imázsának megteremtése és fenntartása érdekében eszközölt üzleti ráfordításokat, akkor az említett használatból származó előnyt az említett védjegy megkülönböztetőképessége vagy jó híre tisztességtelen kihasználásának kell minősíteni.

lasztéka tényleges kibővítésének tekinthető. Ezt a benyomást erősítené, ha a THE BULLDOG megjelölést már azelőtt használták volna energiaitalok vonatkozásában, hogy a RED BULL védjegy jó hírnevet szerzett volna (ítélet, 58. pont).

Másrészt, minél ismertebb bizonyos áru- és szolgáltatásválaszték tekintetében egy hasonló jó hírű védjegy bejelentését megelőzően használt megjelölés, annál inkább kínálkozik a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal azonos áru tekintetében történő használata, és ez még inkább érvényesül abban az esetben, ha ez az áru a jellegénél fogva hasonlít azon áruk és szolgáltatások választékához, amelyek tekintetében ezt a megjelölést korábban használták (ítélet, 59. pont).

Ezért a fenti megállapítások összességéből következően a feltett kérdésre azt a választ kell adni, hogy a

védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy a jó hírű védjegy jogosultjának az e rendelkezés értelmében vett „alapos oknál” fogva túrnie kell, hogy harmadik személy a védjegyéhez hasonló megjelölést az említett védjegy árujegyzékében szereplő áruval azonos áru vonatkozásában használjon, amennyiben bizonyítást nyer, hogy ezt a megjelölést a védjegy bejelentését megelőzően, azonos áru vonatkozásában, jóhiszeműen már használták. Annak eldöntéséhez, hogy ez így van-e, a nemzeti bíróságnak különösen a következő szempontokat kell figyelembe vennie:

- az említett megjelölés elfogadottsága és ismertsége az érintett vásárlóközönség körében;*
- a megjelölés eredeti használatával érintett áruk és szolgáltatások és a jó hírű védjegy árujegyzékében szereplő áru közötti hasonlóság mértéke, és*
- a védjegyhez hasonló megjelölés ezen áru tekintetében történő használatának gazdasági és kereskedelmi jelentősége (ítélet, 60. pont és rendelkező rész).*

Kommentárok

A. von Mühlendahl²⁰ abból indul ki, hogy a harmadik személynek a védjegybejelentést megelőző használata kérdésével az EU Bírósága a „csokoládényuszi-ügy”²¹ kapcsán már foglalkozott, amikor is azt vizsgálta, hogy a korábban használt megjelölés ismeretében tett védjegybejelentés megvalósítja-e a rosszhiszeműséget.

Az itt tárgyalt esetben a korábbi megjelölést nem védjegyként használták, hanem étterem, illetve szálloda neveként, amelyekben italokat is felszolgáltak. Az alapperbeli alperesnek bizonyára nem volt más választása, mint hogy az „alapos okkal való használat” kifogását hozza fel.

²⁰ Bardehle-Pagenberg IP Report, 2014. 1. sz., p. 19.

²¹ C-529/07 ügyszám, Vida: i. m. (8), p. 207.

Ebben a kérdésben a peres felek egymástól homlokegyenest eltérő álláspontot képviseltek. A felperes (Red Bull) azzal érvelt, hogy a THE BULLDOG megjelölés használata objektíve „nem szükséges”, az alperes ezzel szemben védekezésében az eset körülményeit jobban figyelembe vevő érveket hozott fel. Az EU Bírósága rugalmas megoldást választott, amikor azt mondta, hogy a nemzeti bíróság a jó hírű védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használó harmadik személy szubjektív érdekeit is figyelembe veheti (ítélet, 45. pont), s adott esetben az is előfordulhat, hogy a jó hírű védjegy jogosultja köteles eltérni hasonló korábbi megjelölés használatát (ítélet, 46. pont).

Ezért ez esetben is a nemzeti bíróságra hárul annak eldöntése, hogy fennforog-e az „alapos ok” mint kivétel, amely miatt a kétségtelenül igen jó hírű RED BULL védjegy tulajdonosa kénytelen eltérni a védjegyéhez hasonló megjelölés használatát.

A kommentátor végül megjegyzi, hogy az európai védjegy jog folyamatban lévő revíziós munkáiban ez a kérdés is szerepel. A javasolt megoldás szerint ha egy megjelölést olyan időpontban vezettek be, amikor a jó hírű védjegy még nem rendelkezett jó hírnévvel, az eredmény a két megjelölés (védjegy) koegzisztenciája lesz. A javasolt megoldás már kiállta az Európai Parlament alapos vizsgálatát (*survived the scrutiny*), s remélhető, hogy a tagállamok kormányai is hasonlóképpen fognak állást foglalni.

McLeod,²² az angol Squire Sanders iroda védjegyigazgatója szerint az ítélet az EU Bírósága eddigi gyakorlatának változását jelenti, az ugyanis korábban nem ismerte el a szerzett jogokat. Öröndetesnek tartja, hogy a jelen ügyben a Bíróság a jóhiszeműség, illetve a rosszhiszeműség kérdését úgy értelmezte, hogy ha a korábbi használó jóhiszemű volt, akkor védjegyét továbbra is használhatja. A The Bulldog ismert (*well-known*) kávéház- és étteremlánc. Ugyanakkor még a jelenlegi dicséretes jogértelmezés mellett is azt kérdezi, hogy vajon elég közeli-e a hasonlóság a THE BULLDOG és a RED BULL védjegy között, még azonos áruk esetén is. Nem vonja kétségbe a RED BULL jó hírnevét, de bármilyen színű is a bika ábrázolása, azt ő egy kutyával nem tévesztené össze.

Weiss²³ ügyvéd (Frankfurt am Main) szerint az ítélet alapján világos, hogy az „alapos ok” mint a tényállás eleme olyan korrekciós szerepet játszik, amelynek feladata, hogy megakadályozza a jó hírű védjegy parttalan (*überbordenden*) oltalmát. Az EU Bíróságának e némiképpen nagyvonalú hozzáállása már az Interflora-ügyben hozott ítéletben is kifejezésre jutott. Ez utóbbi a verseny szabadságát tekintette olyan oknak, amely feljogosít a jó hírű védjegy jóhiszemű használatára. A RED BULL-ügy érdeméről szólva elképzelhetőnek tartja, hogy a vendéglátó-ipari szolgáltatásokra bejegyzett THE BULLDOG védjegy megalapozhatja a később bevezetett RED BULL védjeggyel szembeni jogszerűséget (*Rechtfertigung*). Sőt, a főtanácsnok perösszefoglalójában még tovább megy: szerinte de Vries jogos érdekeit még

²² Chris McLeod: ECJ provides guidance on „due case” under Article 5(2). World Trademark Review, 2014. április/május, p. 4.

²³ Dr. D. Weiss: Rechtfertigender Grund für Benutzung markenähnlichen Zeichens. GRUR-Prax, 2014. 5. sz., p. 103.

az esetben is el kellene ismerni, ha a THE BULLDOG védjegyet energiatalra csak azután használná, hogy a RED BULL piaci sikerei ismertté váltak.

Az IPKat internetes blog²⁴ a tőle megszokott szarkasztikus címmel (A válasz igen, de attól függ...) ismerteti a főtanácsos állásfoglalását, majd az ítélet kapcsán azt mondja, hogy az EU Bírósága azt nemcsak elfogadta, de kiegészítette és pontosította az abban kifejezésre jutó elvet (szerzett jogok – *Vida S.*).

A blog szerzői felteszik a kérdést: hogyan tovább? Hiszen a nemzeti bíróság első fokon elutasította a keresetet, másodfokon ezzel szemben helyt adott annak. Nevezetesen az Amszterdami Fellebbviteli Bíróság azt mondta, hogy a THE BULLDOG megjelölés hasonló a RED BULL-hoz, és de Vries a RED BULL védjegy jó hírnevét kihasználva, annak nyomdokába lépve az energiatalok piacán, a RED BULL által megszerzett sok millió eurós piaci részesedésnek maga is hasznát látja, továbbá de Vries nem bizonyította, hogy miért nem hagyhatja abba ésszerűen a THE BULLDOG megjelölés használatát.

A blog szerzőinek véleménye szerint az Amszterdami Fellebbviteli Bíróság alighanem kénytelen lesz megváltoztatni állásfoglalását az EU Bíróságától kapott kitanítás következtében, ami azonban nem jelenti még azt, hogy véleményét is meg fogja változtatni.

C. *Stickler*²⁵ blogjában két fenntartással üdvözlí az ítéletet, amely a bírói gyakorlatnak támpontot ad az „alapos ok” kérdésében. Az egyik kifogása, hogy paradox azt mondani, hogy az egyik fél tisztességtelen előnyre tesz szert, s ugyanakkor jóhiszemű. A másik az, hogy a tárgyalt ítélet sajátos tényállására tekintettel az európai joggyakorlatban csak szűk körben érvényesülhet, mégpedig csak olyan esetekben, amelyeknek a tényállása erősen (*closely*) hasonló a RED BULL-ügy tényállásához.

Észrevételek

1. Más jó hírű védjegye tisztességes használatának a kérdésével az EU Bírósága több ízben foglalkozott már. Először a BMW-ügyben,²⁶ amikor azt mondta, hogy a védjegy tulajdonosa nem tilthatja meg a védjegy használatát, ha a védjeggyel történő hirdetés BMW járművek javítását, karbantartását jelzi.

A GILLETTE-ügyben²⁷ az EU Bírósága tulajdonképpen a tisztességtelen felhasználás ismérveit sorolta fel. Ha ezek egyike sem állapítható meg, akkor a jó hírű védjegyeknek más által történő használata nagy valószínűséggel tisztességesnek minősül.

²⁴ Red Bull v. Bulldog: the answer is „yes”, but it all depends ...” The IPKat, 6 February 2014.

²⁵ <http://www.olswang.com/articles/2014/02/2014/03/cjeu-guidance-on-the-definition-of-%E2%80%9Cdue-cause%E2%80%9D-leidseplein-beheer-hendrikus-de-vries-v-red-bull-%28case-c-6512%29/>

²⁶ C-63/96 ügyszám, 63–64. pont; *Vida*: i. m. (8), p. 184.

²⁷ C-228/03 ügyszám, 49. pont és rendelkező rész; *Vida*: i. m. (8) p. 309.

Még tovább ment az EU Bírósága a parfümutánzatok tárgyában hozott L'ORÉAL és társai ügyében²⁸ hozott ítéletében; a jó hírű védjegyek tisztességtelen kihasználása vonatkozásában törekedett – az összehasonlító reklámról szóló uniós előírásokra is figyelemmel – a védjegyjogosultak, a piaci verseny és a fogyasztók érdekei közötti egyensúlyt megtalálni.

2. A jó hírű védjegy „alapos okból” történő használata kérdésével az EU Bírósága ezzel szemben csak az Interflora-ügyben²⁹ foglalkozott, amikor azt a különös esetet vizsgálta, hogy harmadik személy a jó hírű védjeggyel azonos megjelölés alatt kínálja áruait vagy szolgáltatásait, amelyek az eredetinek alternatívái (változatai), anélkül, hogy ezzel a jó hírű védjegy hírnevét sértené.

3. A szerzett jogok (*vested rights*) tiszteletben tartása – amelyre az IPKat blog szerzői is utalnak (anélkül, hogy ezt a kifejezést használnák) – a jogállamiság alapvető vivmánya, amely felülírja az egyes törvények rendelkezéseit. A szerzett jogok védelmét tudomásom szerint minden európai ország ismeri és biztosítja. Kivételt csupán a diktatórikus berendezésű államok képeznek.

A szerzett jogok tiszteletben tartásának elve olvasható ki az Interflora-ügyben hozott ítéletből is, s annak részletesebb kifejtése a pragmatikusan megszövegezett RED BULL-ügyben hozott ítéletből ugyancsak – jogelméleti fejtegetések nélkül.

4. Nem először fordul elő az EU Bírósága előtti eljárásban, hogy megállapítást nyer, hogy a jogátültetés alkalmával az értelmezendő uniós rendelkezést a különböző tagállamokban eltérő módon fordították. A jelen ügyben is ez volt a helyzet, aminek következtében az alaperben a szembenálló felek is eltérően értelmezték az „alapos ok” kifejezést. Ezt a fordítási anomáliát a főtanácsos perösszefoglalójában (19–20. pont) kimutatja, majd azt mondja, hogy az eltérő változatokat egységesen kell értelmezni, mégpedig a rendelkezés általános rendszerének és céljának megfelelően (perösszefoglaló, 22. pont) – azaz teleologikus jogértelmezéssel. Ezt a szabályt a főtanácsos az EU Bíróságának öt ítéletéből vezeti le. Az ítélet ezt a módszert ugyancsak átveszi (28. pont). Ezzel a technikával nemcsak egyetértek, de magam még további példákat is tudnék erre a „szabály”-nak nevezett joggyakorlatra felhozni.³⁰

5. A perösszefoglaló további részében a főtanácsos a védjegyirányelv 5. cikke (1) és (2) bekezdésének eltérő funkcióit állapítja meg (perösszefoglaló, 29. pont), ugyancsak teleologikus jogértelmezéssel, s ezt az eredményt az EU Bírósága is magáévá teszi (ítélet, 36. pont).

6. További módszertani megjegyzés: az EU Bírósága számos ítéletében alkalmaz analógiát,³¹ s ezt teszi a bizonyítási teher megállapításának kérdésénél is (ítélet, 44. pont), amikor is az „alapos ok” (jogos indok) vonatkozásában utal az Intel-ügyben hozott ítéletre.

²⁸ C-487/07 ügyszám; ism. *dr. Bacher Gusztáv*: Az üzleti tisztesség: a fogyasztók és a versenytársak érdekeinek védelme (beleértve az angol bírálatot is). In.: *A magyar versenyjog múltja és jövője*. Szerk.: *Tóth Tihamér, Szilágyi Pál*, Budapest, 2011, p. 42.

²⁹ Vö.: 4. l.j.

³⁰ *Dr. Vida Sándor*: Teleologikus (célkutató) jogértelmezés az EU Bíróságának joggyakorlatában. *Jogtudományi Közlöny*, 2012, p. 241.

³¹ *Dr. Vida Sándor*: Az analógia az EU Bíróságának gyakorlatában. *Európai Jog*, 2014. 1. sz., p. 14.

7. Különösen figyelemreméltónak tartom, hogy az ítélet *ex lege* koegzisztencia lehetőségét vázolja fel a jó hírű védjegy és az azt megelőzően már használt korábbi megjelölés, illetve védjegy között (ítélet, 46., 60. pont és rendelkező rész). *Von Mühlendahl* kommentárjából pedig megtudjuk, hogy ez a gondolat alighanem rövidesen jogszabályi formában is megjelenik.

8. Talán nem túlzás elvi jelentőségűnek tekinteni a főtanácsosnak azt a megállapítását – amelynek a csak védjegyjoggal foglalkozó szakemberek aligha örülnek –, amelyben a tisztességes versenynek a védjegyjoggal szembeni primátusáról beszél (perösszefoglaló, 45. pont). Nevezetesen: „A védjegyjognak nem feladata, hogy bizonyos vállalkozásokat megakadályozzon abban, hogy bizonyos piacokon ne vegyenek részt a versenyben ... a verseny inkább kívánatos az uniós piacon ...”.

Nem csodálkozom, hogy ezt a gondolatot az EU Bírósága nem vette át. Az ugyanis – eltérően a főtanácsosoktól – általában tartózkodik az ilyen jellegű elvi megállapításoktól, s nemegyszer szinte túl szűkszavúan fogalmazza meg határozatát, s abban szigorúan a feltett kérdés vizsgálatára, illetve megválaszolására korlátozódik.