

## **A JELLEGBITORLÁS MEGÍTÉLÉSE – A VERSENYTÖRVÉNY TERÜLETI HATÁLYA**

**I. A jellegbitorlást a Magyarországon forgalmazott termékek vonatkozásában kell vizsgálni/ 1996. évi LVII. törvény ( Tptv.) 1.§ (1) bek. és 6.§/**

**II. A másodfokú bíróság hatályon kívül helyező végzése az elsőfokú bíróságot annyiban köti, hogy a másodfokú bíróságnak a megismételt eljárásra vonatkozó utasításait kell betartania /Pp.252.§ (4) bek./**

A felperes mint bútorgyártó és forgalmazó cég 2001. február 16-án, 17-én, továbbá március 2-án és 3-án h-en szakmai bemutatót tartott. Ezen a kiállításon került elsőként bemutatásra a formatervezett bútorcsalád egyik elemeként a Laura ágykanapé. 2002. március 23-tól-március 28-ig N.-án került megrendezésre egy bútoripari házivásár, amelyen az alperes is kiállító volt. Az alperes ezen a vásáron jelent meg a Lucy ágykanapéval egy új termékcsalád részeként.

A felperes megítélése szerint a Lucy típusú kanapé külsejében, megjelenésében paramétereiben ugyanazon jellemzőkkel rendelkezik, amelyről a felperes által gyártott Laura kanapé felismerhető. Fantázianeve is alkalmas arra, hogy a vásárlókat megtéveszse. Erre figyelemmel a felperes 2002. március 29-én, majd 2002. május 21-én tájékoztatta az alperest, hogy a Laura típusú termékéhez megtévesztésig hasonló Lucy fantázinevű termék gyártása és forgalmazása a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tptv.) 6.§-ába ütközik. Felszólította, hogy azonnal szüntesse be a Lucy típusú ágykanapé gyártását és forgalmazását, ellenkező esetben a bírósághoz fordul. Az alperes válaszlevelében kifejtette, hogy a felperes által gyártott Laura fantázianevű kanapéágy és általa gyártott Lucy kanapéágy csak annyiban hasonlít egymásra, mint két azonos bútortípusba tartozó termék. Az alperesi terméknek sem a mérete, sem a színvilága, sem a lába nem azonos a felperes által gyártott termékkel.

A felszólítás eredménytelenségére tekintettel a felperes keresetében kérte annak megállapítását, hogy az alperes a Lucy fantázianevű kanapé gyártásával és forgalomba-hozatalával megsértette a tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény 6.§-ában foglaltakat. Ennek alapján a törvény 86.§ /2/ bekezdés b./ pontja alapján az alperes eltiltását a további jogsértő magatartástól, valamint - a /2/ bekezdés c./ pontjára figyelemmel - a jogsértéssel keletkezett termék megsemmisítését kérte, továbbá a 86.§ /2/ bekezdés g./ pontja alapján az alperes adatszolgáltatásra történő kötelezését arra nézve, hogy a jogsértéssel érintett áruk előállításában, forgalmazásában kik vettek részt. Keresetében előadta, hogy a felperes által gyártott Laura nevű és az alperes által készített Lucy elnevezésű kanapé a megtévesztésig hasonló. A felperes nem adta hozzájárulását az alperesnek ahhoz, hogy a Laura termékcsaládhoz hasonló terméket állítson elő és forgalmazzon. Megítélése szerint a perbeli esetben nemcsak a termék, de a név utánzása is megvalósult.

Az alperes ellenkérelmében a kereset elutasítását kérte. Vitatta, hogy a Laura és a Lucy fantázianevű termék a megtévesztésig hasonló lenne, továbbá azt is, hogy a felperes által saját fejlesztésként előadott termék „saját” lenne. Az eljárás során csatolta a Magyarországon bútorokat forgalmazó N. olasz cég 2002. szeptember 26-i levelét, amelyben az olasz gyártó kifogásolja, hogy az alperes által készített „Limusin” valójában a Lucy típusú ülőgarnitúra az általuk gyártott ülőgarnitúra utánczata. Felszólította egyúttal az olasz gyártó az alperest a termék gyártásának azonnali abbahagyására.

Az elsőfokú bíróság ítéletében a felperes keresetét elutasította.

Határozatában rámutatott: hogy a felperesnek kellett a perben azt bizonyítania, hogy a Laura kanapé formája olyan jellegzetes, különleges, egyedi forma, amelyről a felperes termékét fel szokták ismerni, és ezt a formát Magyarországon a felperes hozta először forgalomba. A felperes bizonyítási kötelezettségének nem tett eleget. A perben beszerzett bizonyítékok, valamint a szakértői vélemény éppen az ellenkező megállapítását támasztották alá, nevezetesen azt, hogy a Laura kanapén látható külső jegyek, jellegzetes megoldások – ovális keresztmetszetű, hengeres kartámasz és az arra helyezkedő ráncolt, kihegyezett végű párna és a körte formájú, fából készült láb – nem olyan kifejezett egyedi jelek, amelyeket csak erről tudott volna az alperes lemásolni. Inkább az állapítható meg - különösen a N. cég fényképen látható modelljeit is szem előtt tartva -, hogy amennyiben a szakértő által is jellemzett sajátosságokban a felperesi termék eltér a külföldi termékektől, annyiban eltér az alperesi termék is a felperesi terméktől, azonban mindkét termék hasonlít a több éve Magyarországon is forgalmazott N. termékekhez. Így a felperesi termék eredetisége a perben nem nyert bizonyítást. A felperesi termék funkcionálisan semmiképp nem tekinthető egyedinek, ugyanakkor jelentős minőségbeli eltérés mutatkozik a felperes által gyártott termék, illetőleg az alperes által készített kanapék között.

Az elsőfokú ítélet ellen a felperes részéről benyújtott fellebbezés folytán eljáró Pécsi Ítéltábla Gf.II.30.016/2004/4. számú végzésében az elsőfokú bíróság ítéletét a fellebbezési kérelem és a fellebbezési ellenkérelem korlátai között hatályon kívül helyezte, és az elsőfokú bíróságot a per újabb tárgyalására és újabb határozat hozatalára utasította. A Pécsi Ítéltábla az elsőfokú bíróság által megállapított tényállást az elsőfokú eljárásban lefolytatott bizonyítási eljárás adatai alapján annyiban módosította, hogy a perbeli, a felperes által gyártott Laura nevű ágykanapé külső megjelenésében olyan jellegzetességeket hordoz, amelyekkel a felperes jelent meg először a magyar piacon, ahhoz a külföldön, vagy külföldi adaptáció alapján Magyarországon gyártott más hasonló termékek nem hasonlítanak olyan mértékben, mint amennyire az alperes által gyártott Lucy elnevezésű ágykanapé. A N. olasz cég az általa gyártott, a felperes Laura nevű ágykanapéjának megoldásaihoz részben hasonló kanapéval 2002-ben jelent meg a magyar piacon, a N. cég által forgalmazott termék azonban nem kinyitható kanapé, és az a felperes szövethuzatú Laura kanapéjától eltérően, bőrhuzattal került forgalomba.

A Pécsi Ítéltábla végzésének értelmében a per megítélése szempontjából irreleváns az, hogy a perbelihez hasonló megjelenésű kanapék már a felperes által gyártott Laura kanapé 2001-es magyarországi forgalomba hozatala előtt körülbelül 10 éve

megjelentek a külföldi piacokon, tekintve, hogy a Tptv. területi hatálya alapvetően a Magyar Köztársaság területén kifejtett, a versenyt érintő magatartásokra vonatkozik. A perben rendelkezésre álló bizonyítékok alapján megállapítható, hogy Magyarországon a Laura kanapéra jellemző külső megjelenéssel a felperes forgalmazott először ágykanapét. További bizonyítást kell felvenni a felperesi termékforgalmazás nagyságára, mert a piacon való megjelenés nem csupán időbeli elsőbbséget jelent, hanem olyan mennyiségnek a piaci forgalomban való megjelenését, amely már lehetővé teszi a forgalmazó árúja ismertté válását. Felhívta az elsőfokú bíróságot, hogy a megismételt eljárásban a Pp.3.§ /2/ bekezdése alapján tájékoztassa felperest: a perben bizonyítandó tény az is, hogy a felperes által gyártott Laura kanapé olyan jellegzetes külsővel rendelkezik, amelyről a felperes árúját szokták felismerni. Ehhez pedig szükséges a Laura kanapé eddig forgalmazása idejére, mennyiségére és minőségére vonatkozó bizonyítás lefolytatása is.

A megismételt eljárásban az elsőfokú bíróság a felperesi termék forgalmazásának nagyságára nézve a felperesi bizonyítási indítványnak megfelelően könyvszakértői vélemény beszerzését rendelte el. Ezt követően ítéletében a felperes keresetét elutasította. Határozatában hivatkozott a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tptv.) 6.§-ára, amely szerint tilos az árut, szolgáltatást (a továbbiakban együtt: áru) a versenytárs hozzájárulása nélkül olyan jellegzetes külsővel, csomagolással, megjelöléssel – ide értve az eredet-megjelölést is – vagy elnevezéssel előállítani, forgalomba hozni, reklámozni, továbbá olyan nevet, megjelölést, vagy árjelzőt használni, amelyről a versenytársat, illetőleg annak árúját szokták felismerni. Ezért mindenképp a bíróságnak azt kellett vizsgálni, hogy a felperes árúja rendelkezik olyan jellegzetességgel, amely megkülönbözteti árúját a kereskedelmi forgalomban ténylegesen előforduló más termékektől és a felperes árúja ez utóbbi jellegzetessége miatt vált ismertté. Mind a s.A. prospektusa, mind a N. cég katalógusa arra enged következtetni, hogy a nyugat-európai piacokon már a termék bevezetését megelőző jó pár évvel a felperesi termékhez hasonlóak voltak a vezető irányzatok, illetőleg a Laura ágykanapé megjelenésével közel azonos időben került forgalomba a s.A. Dante és Delta típusú ágykanapéja is, amely kidolgozásában hasonló stílusjegyeket hordoz. Hivatkozott az elsőfokú bíróság az alperes által becsatolt szakértői véleményben tett azon megállapításra, amely szerint „legvalószínűbb, hogy a két vállalat ugyanazt a külföldi modellt veszi figyelembe a fejlesztésnél és a másiktól nem tudva viszi azt piacra.” A perben kirendelt szakértő véleménye szerint: „mindkét termék ismert és már más bútoroknál alkalmazott termékként értékelhető. A gyártó, a gyártó alkotó konstruktőrének, tervezőjének szellemi tevékenységből fakadó eredetiségjegyei nem ismerhetők fel. A szakértői megállapítás szerint a Laura élesebb kerekítésű, puha éleket tartalmazó megoldás, a Lucy szögletesebb, merevebb formai megoldás, ami a saját kárpitozási technológiából adódik.

Az elsőfokú bíróság álláspontja szerint a forgalmazás idejére, mennyiségére és minőségére lefolytatott szakértői bizonyítás sem támasztotta alá a felperes keresetét. A 2001. évtől 2005. évig terjedős időszakban gyártott és eladott termék darabszáma nem tekinthető olyan számottevő mennyiségnek, amely a felperes termékét ismertté tette.

Az elsőfokú bíróság ítélete ellen, annak megváltoztatása és a kereseti kérelemnek helyt adó döntés érdekében a felperes fellebbezett. Fellebbezésében sérelmezte, hogy az elsőfokú bíróság újraértékelt a Pécsi Ítéltábla által egyébként már figyelembe vett, és a tényállás kiegészítése kapcsán már értékelt bizonyítékokat, és az ítéltábla megállapításaitól eltérő jogi következtetést vont le a hasonlóságot, és az elsődlegességet illetően. Álláspontja szerint a Pécsi Ítéltábla által kiegészített tényállás a megismételt eljárásban ugyanis már nem módosítható, és nem vonható le eltérő jogi következtetés az elsődleges megjelenés, hasonlóság és egyediség tekintetében. Így helytelenül állapította meg az elsőfokú bíróság, hogy a Laura termék nem rendelkezik olyan jellegzetességgel, amely megkülönbözteti ezt az árut a kereskedelmi forgalomban tömegesen előforduló más termékektől. Téves következtetésre jutott az elsőfokú bíróság akkor is, amikor a bizonyítási eljárás eredményeként arra az álláspontra helyezkedett, hogy az általa gyártott Laura termék nem vált ismertté a piacon. Azzal érvelt, hogy az ismertté válás szempontjából helytelen csak az értékesített termékek mennyiségéből kiindulni, annál is inkább, mert nem mindennapi fogyasztási cikkről, hanem olyan tartós fogyasztásra szánt áruval van szó, amelyet a vásárló 15-20, vagy akár még hosszabb időre szerez be. Ekként a forgalom nagysága önmagában nem szolgálhat kellő mérőeszközzel. Figyelembe kell venni a forgalmazási helyek, ekként a termék kiállításának számát is. A szakértői vélemény is alátámasztja, hogy országos szinten 60 helyen történt tényleges értékesítés. Ezek közül van a D. Kft., amely Magyarország legnagyobb bútóráruháza lánc, ezen túlmenően a felperes saját üzemeltetésében levő 7 db mintabolt is. Véleménye szerint az elsőfokú bíróság nem értékelt kellő súllyal azt a tényt, hogy az ország legnagyobb és az egész országban ismert hálózattal rendelkező bútóüzletben jelentek meg – kerültek kiállításra – a felperes által gyártott Laura ágykanapék.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítélet helybenhagyását kérte. Álláspontja szerint az elsőfokú bíróság a Pécsi Ítéltábla megállapításaival eltérő jogi következtetésre nem jutott, amikor indokolásában kitért a szakértői véleményére, amely szerint a felperesi termék nem rendelkezik olyan „domináns” jellegzetességekkel, amely e jellegzetesség miatt vált volna ismertté. Helytálló következtetésre jutott akkor is, amikor megállapította, hogy a felperesi termék nem jelent meg olyan mennyiségben a piacon, amely a vásárlók körében ismertté tette.

A fellebbezés nem alapos.

A felperes fellebbezésében nem hozott fel olyan új tény, vagy körülményt, amely az érdemben helyes elsőfokú ítélet megváltoztatására alapot adna.

Mindenekelőtt rámutat a Győri Ítéltábla, hogy a másodfokú bíróság hatályon kívül helyező végzése az elsőfokú bíróságot annyiban köti, hogy a másodfokú bíróságnak a megismételt eljárásra vonatkozó utasításait kell betartania, így az elrendelt bizonyítást lefolytatni, illetőleg az előírt felhívásokat, felszólításokat kiadni. A megismételt eljárás során feltárt, a perben beszerzett bizonyítékokat azonban az elsőfokú bíróság a Pp.206.§ /1/ bekezdése szerint értékelheti, és meggyőződése szerint bírálja el a

felperesi kereseti kérelem és az esetleges viszontkereseti kérelem (ellenkérelem) korlátai között.

A felperes keresetében arra hivatkozott, hogy az alperes a Lucy fantázianevű kanapé gyártásával megsértette a Tptv.6.§-ában foglaltakat, mert az általa gyártott termék a felperesi Laura termékcsalád lemásolása és nemcsak a termék, hanem a név utánzása is megvalósult az alperes részéről. A korábban kifejtettek alapján a Tptv. területi hatálya Magyarországra vonatkozik, így mindenek előtt a Magyarországon forgalmazott termékek vonatkozásában kell vizsgálni a jellegbitorlást. A jogszabály a jellegbitorlás megállapításához nem írja elő követelményként azt, hogy adott termék olyan magas színvonalú termék legyen, hogy szerzői jogi védelem hatálya alá tartozzék. A jogszabályban foglalt jogszabálysértés megvalósulásához két együttes feltétel fennállása szükséges. Az egyik, hogy adott termék – amellyel kapcsolatban a jellegbitorlást állítják – olyan jellegzetes külsővel, csomagolással, megjelöléssel legyen ellátva, amelyről adott versenytárs termékét ismerik fel, és a versenytárs ezt a jellegzetességet másolja le a maga által gyártott és forgalmazott termékkel (utánzás). A jellegbitorlás a jogszabály értelmében megvalósulhat akár az áru külső megjelenésének, csomagolásának, vagy működésének és felépítésének másolásával, de a megjelölés alkalmazásával is.

Helyesen járt el az elsőfokú bíróság, amikor mindenekelőtt azt vizsgálta, hogy a felperes áruja rendelkezik-e olyan jellegzetes külső megjelenéssel, vagy működéssel, illetőleg felépítéssel, amiről a felperes áruját szokták felismerni.

Az elsőfokú bíróság által kirendelt szakértő a felperes által gyártott kanapé egészét - annak szerkezeti megoldását, s annak külső jegyeit - vizsgálva megállapította: akár, olyan egyedi jellegzetességgel a termék nem rendelkezik, amelyek más, hasonló Magyarországon forgalmazott terméktől megkülönböztetné. Egyedüli sajátossága a felperesi terméknek a kárpitozási megoldása. Ugyanakkor ebben különbözik is az alperes által gyártott terméktől, mert a felperesi Laura termék élesebb kerekítésű, puha éleket tartalmazó megoldás, ezzel szemben az alperes által gyártott Lucy termék szögletesebb, merevebb formájú megoldást tartalmaz, ami egy sajátos kárpitozási technológiából adódik. Az ítélet megítélése szerint a szakértői véleménye alapos és aggálytalan, ennek alapján a két termék összetéveszthetősége kizárt, így a szakvéleményt az ítélet is ítélezése alapjául elfogadta.

Összefoglalva megállapítható, hogy a felperesi termék egyedüli sajátossága, amellyel a Magyarországon forgalmazott más terméktől eltér: a kárpitozási technológia, ugyanakkor ebben különbözik is az alperes termékétől.

Nem állapítható meg az alperesi termék vonatkozásában az elnevezéssel kapcsolatos jellegbitorlás sem. Mindkét gyártó női keresztnévet használt terméke elnevezésével. Az eljárás során becsatolt prospektusokból megállapítható, hogy a bútorokat gyártó és forgalmazó cégek többnyire női, vagy férfi keresztnévvel látják el termékeiket. Az a körülmény, hogy az alperesi gyártó saját termékét – hasonlóan a felperesi gyártóhoz –

női keresztnévvel látta el, az elnevezéssel kapcsolatos jellegbitorlást szintén nem valósított meg.

Így annak vizsgálata, hogy a felperesi termék milyen széles körben vált ismertté a piacon – az ügy eldöntése szempontjából – szükségtelen volt.

A kifejtettek alapján a Győri Ítéltábla az elsőfokú bíróság érdemben helytálló ítéletét a Pp.253.§ /2/ bekezdése alapján helybenhagyta.

(Győri Ítéltábla :Gf.II.20.307/2005/5.szám)