

Védjegy bitorlás minősített esetei

Tóth Zoltán vagyok a Csodasövény Kft többségi tulajdonosa.

Egy nagyon izgalmas kérdésben kérdezzük meg dr. Jambrik Gergely ügyvéd urat, akinek ügyvédi irodája szellemi tulajdonra specializálódott és ennek keretében is , védjegytanácsadással foglalkozik.

-Milyen következményei vannak annak, ha egy nagyon ismert márkanévet mi szeretnénk felhasználni a saját reklámjainkban dacára annak , hogy tulajdonképpen semmi kötődésünk nincs az adott márkanévhez?

-Hát ez a tipikus védjegy bitorlás, amikor úgy használunk egy védett márkanévet, hogy arra nekünk semmilyen felhatalmazásunk nincsen ill. a védjegybitorlónak semmilyen felhatalmazása nincsen. Természetesen, hogyha az eredeti márkázott terméket árusítja az adott forgalmazó ,akkor természetesen használhatja saját reklámjaiban és felirataiban a márkanévet éppen azért, hogy a saját vásárlókkal , fogyasztókkal közölni tudja ,hogy ezt a terméket nála kapni lehet és , hogy pontosan melyik termékről van szó. Viszont természetesen ha ez a termék nem az eredeti termék ,hanem csak a névvel próbálja becsalogatni hamisan , egy hamisítványnak a megvásárlására a vevőket , akkor ez egy egyértelmű védjegy bitorlást jelent. Ez egy tankönyvi esete a védjegy jogellenes felhasználásának. Ennek a jogsértésnek az a jogkövetkezménye, hogy először is teljesen mindegy, hogy jóhiszemű vagy rosszhiszemű volt az illető forgalmazó vagy védjegybitorló ,teljesen mindegy, hogy Ő mit gondolt mit szeretett volna , miben érzi magát hibásnak , ez egy úgy nevezett objektív jogkövetkezmény sorozat , amit egyszerűen azért mert bekövetkezett a védjegynek a bitorlása vele szemben érvényesíteni lehet a következő igényeket . Ez egy felsorolás ezek közül egyet néhány évig is érvényesíteni lehet. Alapvetően a jogsértés megállapítását lehet kérni a bíróságtól , ezen kívül az abbahagyását a jövőre nézve a védjegy megsértésnek , a kereskedői, szállítói és fogyasztói kapcsolatoknak a felfedését , a teljes terjesztési láncot fel kell fednie , át kell adnia a bíróság illetve a védjegy jogosultja számára a védjegy bitorlónak. Ezen kívül pedig a védjegy sértés által elért vagyoni előnyt is át kell adnia adott esetben. Valamint, ezek csak a minimális jogkövetkezmények , ezek azok amelyek mindenképpen megilletik a védjegy jogosultat , hangsúlyozom függetlenül attól, hogy jóhiszemű vagy rosszhiszemű volt a védjegybitorló.

Ezen felül minden egyéb olyan dolgot ami a védjegy bitorlással kapcsolatban felmerül , természetesen polgári jog általános szabályi szerint ugyanúgy érvényesíteni tudja a védjegy bitorlóval szemben , tehát ezek nem kizárólagos szankciók , hanem ezen felül a szokásos egyéb kártérítéseket ugyanúgy tudja követelni a védjegy jogosultja a védjegy bitorló , terjesztő forgalmazóval szemben.

-Nos, és mi történik akkor ha egy ismert márkanévben nagyon ügyesen , nagyon kreatívan, mondjuk egy betűt kicserélünk. Használjuk a Coma-Cola-t , használjuk az Adidax-ot, vagy mondjuk a Csodasövény márkanév esetén használjuk a Csodasövény kifejezést.

-Igen , gyakori megoldás , vagy sokan gondolják megoldásnak azt a védjegy bitorlók közül hogy ha egy betűt vagy egy minimális mennyiséget megváltoztatok vagy grafikailag picit változtatok a logón vagy a szó védjegyén akkor gyakorlatilag már nem is vonatkozik rám a védjegy védeltsége. Ez egyáltalán nem így van.

A védjegy nem mechanikus vagy milliméterre vagy betű szerint értelmezendő jogok, hanem az összbenyomást , a fogyasztóra gyakorolt összbenyomást jelentik és védik.

Tehát ha a fogyasztó egy rádióreklámot hallva, egy logót látva ,egy terméken a felirattal találkozáskor nekik lényegében az a benyomásuk támad , hogy itt arról a bizonyos védett márkáról van szó , akkor teljesen mindegy,hogy az egy betűben vagy egy színben vagy valami minimális különbségben eltér a konkrétan bejegyzett és nyilvántartásba vett védjegytől ugyanúgy kiterjed rá a védjegyjogom és ha valaki ezt a bizonyos megváltoztatott szót használja az ugyanúgy védjegybitorlást követ el mintha betű szerint ugyanazt a logót használná jogellenesen. Ez ugyanolyan jogellenes használat akkor is ha az egy kicsit megváltoztatott logót, szóvédjegyet használja a jogsértő.

- Ha ügyesen megfogalmazok egy reklám mondatot, amelybe belerejtem egy ismert márka nevét akkor ugye már nem sértek és semmilyen márkatulajdon jogot?

Például: Üde , zöld, csoda , sövény alakítható ki belőle.

Belerejtve a csodasövény szó, de ennek ellenére ez egy hosszú mondatban volt található és ez biztos , hogy a márka tulajdonosának a jogait nem sérti , legalábbis én így gondolom.

- Kicsit hasonló a helyzet mint az előző, egy-két betűt megváltoztatok esetben.

Ugyanis ha csak néhány betűt változtatok az az összbenyomáson nem változtat. Ha viszont a védjegyhez tökéletesen hasonló összbenyomást , úgy éri el egy jogsértő, hogy az látszólag egy mondatnak a része, de gyakorlatilag a fogyasztók számára, a vásárlók számára az- az üzenet jön le, az a benyomás támad , hogy arról a bizonyos védjegyről beszélnek , azt a bizonyos márkanévet látom akkor ugyanúgy megtörténik a védjegynek a jogellenes felhasználása és még-egyszer hangsúlyozom , nem lényeges, hogy a szándék az volt -e vagy nem, ezért érdemes megfontolni hogy a reklámszövegekben, termék tájékoztatókban , a különböző marketing anyagokban még csak véletlenül se szerepeltessük másoknak a védett márkanéveit vagy kereskedelmi neveit amiről az Ő áruikat fel szokták ismerni , ugyanis ezzel objektív és feltétel nélküli jogsértést követünk el.

Ez után már nem lesz lényeges az igazi szándék, a lényeg az , hogy megtörtént a védjegyhez összetévesztőségig hasonló megjelölésnek a használata ami pedig jogellenes.

-Jogsértést követek -e el akkor amikor egy márkát általánosítok , felhívítok. Miről is beszélek. Például egy nagyon ismert kifejezés a nikecellezés azok számára akik valaha építkeztek és miután a ház szigetelését úgy oldják meg , hogy a külső burkolatra valamilyen táblásított habosított anyagot helyeznek fel, sok esetben ezt a szót használják , hogy nikecelleztem a

házaat , ,holott nem is a Nikecell cég által gyártott lemezeket használtam , hanem valami alternatívát. Ebben az esetben ugye felhígult a márkanév, tehát ez felhígításra került általam , amikor azt a kifejezést használom , hogy Nikecelleztem a házaat.

-A védjegy felhígulása egy létező folyamat a védjegy jogban és a gyakorlatban is , azonban nagyon fontos , ez egy sokáig nagyon hosszan tartó folyamat. Tehát például , Magyarországon a rendszerváltástól kezdve sok-sok év , több mint 20 év eltelt, amíg bizonyos régi márkák már részben feledésbe mentek, részben pedig már annyira általánosan használt , hogy gyakorlatilag köznévként a szótárakban és az emberek tudatában is szerepel. Ez tehát egy normális jelenség. Azonban az egy jogsértő és védjegybitorló megoldás , hogyha valaki úgy tesz minthogyha ez a folyamat már bekövetkezett volna és csak enyhíteni próbálja a jogsértését , a védjegy bitorlását azzal , hogy arra hivatkozik, hogy úgy fogalmaz minthogyha egyébként bevett köznévként lenne és akár mikor lehetne használni . Ugyanis ha ez a bizonyos felhígulás még nem következett be , márpedig ez nagyon sokáig tart , ez nem megy 1-2 év alatt , úgyhogy amíg ez nem következett be , addig a márkanév használata kizárólag a védjegy jogosultnak az engedélyével történhet .