

MIKOR JÁRUNK TILOSBAN?

Reklámjogi buktatók I.

(Ajándékmarketing, 2005. ... o.)

Reklám- és marketingakciók előkészítése és megtervezése során a jogi kockázatok minimalizálása és a súlyos szankciók elkerülése érdekében nem árt alaposan átgondolni a tervezett lépések jogi hátterét, és ellenőrizni, hogy a felhasználandó eszközök megfelelnek-e a hatályos előírásoknak.

Még nagy gyakorlattal rendelkező szakemberek számára is meglepő lehet, hogy a reklám- és marketing tevékenységekkel összefüggésben milyen szerteágazó jogi kérdések merülhetnek fel, és milyen sok jogszabályra kell egyszerre tekintettel lenni.

A reklám- és promóciós tevékenységek előkészítésekor és végrehajtásakor – a tevékenységek jellegétől függően – a többi között a következő jogi területek szabályainak alkalmazása okozhat nem kevés fejtörést közreműködőknek (megrendelőknek, ügynökségeknek):

- alkotmányjog (1949. évi XX. törvény az Alkotmányról)
- adatvédelmi előírások (a kutatás és a közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lakcímadatok kezeléséről szóló 1995. évi CXIX. tv. /adatvédelmi törvény/)
- a reklámtevékenység joga (a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. tv. /Reklámtv./),
- versenyjog (a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. tv. /Tptv./),
- fogyasztóvédelmi előírások (a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. tv.)
- szerzői jog (a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. tv. /Szjt./),
- személyhez fűződő jogok (Polgári törvénykönyv 1959. évi IV. tv. /Ptk./)
- védjegyjog (a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. tv.),
- a formatervezési minták oltalmával kapcsolatos szabályok (a formatervezési minták oltalmáról szóló 2001. évi XLVIII. törvény).

A reklám és propaganda tevékenység az Alkotmány 9. § (2) bekezdésében elismert vállalkozás jogának védelme alatt áll. Az Alkotmánybíróság 1270/B/1997. AB határozata értelmében az Alkotmány 61. § (1) bekezdésében rögzített véleménynyilvánítási szabadság a gazdasági reklámokra is vonatkozik. Az alkotmányjog tehát elismeri és védi a *kereskedelmi szólásszabadság* jogát, amely minden reklámtevékenység alapelve. Az Alkotmánybíróság álláspontja szerint azonban „a kereskedelmi információk közzététele esetében szélesebb körű állami beavatkozás lehet alkotmányosan indokolt, mint a véleményközlés egyéb eseteiben”¹. Ezt a

¹ Dr. Kukorelli István alkotmánybíró párhuzamos indokolása. Forrás: 794/B/1999. AB határozat. Lásd még ABH 2000, 713, 718. sz. határozatokat.

szélesebb körű állami beavatkozást és korlátozást testesítik meg a reklámtevékenységre alkalmazandó jogszabályok.

E cikksorozat célja, hogy példák segítségével bemutassa reklámtevékenységre alkalmazandó egy-egy jogszabály legfontosabb előírásait, a jogszabály alkalmazásának buktatóit, a jogszabály megsértésének lehetséges szankcióit, és a szankciók megelőzéséhez szükséges lépéseket, óvintézkedéseket. A speciális szabályoktól az általános előírások felé haladva ebben az írásban a reklámtevékenységgel és a reklámeszközökkel összefüggő védjegyjogi kérdéseket elemezzük.

Mi a védjegy?

A Védjegytvény 1. §-a szerint a védjegy olyan grafikailag ábrázolható megjelölés, amely alkalmas arra, hogy valamely árut vagy szolgáltatást megkülönböztessen mások áruitól vagy szolgáltatásaitól. Védjegyoltalomban részesülő megjelölés lehet különösen:

- szó, szóösszetétel, beleértve a személyneveket és a jelmondatokat;
- betű, szám; ábra, kép;
- sík- vagy térbeli alakzat, beleértve az áru vagy a csomagolás formáját;
- szín, színösszetétel, fényjel, hologram;
- hang; valamint
- a fenti pontokban felsorolt egyes megjelölések bármilyen összetétele.

A védjegyoltalom tehát sokszor nem csupán egy termék, vagy márka elnevezésére (szóvédjegy), hanem a márkanev grafikai ábrázolására, sőt – színes ábrás védjegyek, így például napjainkban az újságok, időszaki kiadványok nevével kapcsolatos védjegyek estén – még a grafikai elemek, betűk színére is vonatkozik (színes, ábrás védjegy). A védjegyoltalom az adott védjegy árujegyzékében szereplő minden termékre és szolgáltatásra kiterjed.

Mitől véd a védjegy?

A bejegyzett védjegy által védett grafikai megjelölést (elnevezést, ábrát, színösszetételt stb.) kizárólag a védjegyjogosult használhatja. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a védjegyben szereplő elnevezést és ábrázolást olyan termékekkel és szolgáltatásokkal összefüggésben, amely a védjegy árujegyzékében szerepelnek, a védjegyjogosult kifejezett engedélye nélkül más semmilyen formában nem alkalmazhatja: nem tüntetheti fel a megjelölést árun vagy csomagoláson; nem importálhat az országba, nem exportálhat és nem hozat forgalomba semmilyen árut, amelyik a megjelölést hordozza, forgalomba hozatal céljából nem tarthat raktáron és nem kínálhat fel eladásra ilyen árut, továbbá nem nyújthat semmilyen

szolgáltatást a védett megjelölés alatt; illetve nem használhatja a védett megjelölést az üzleti levelezésben vagy a reklámozásban.

Ki követ el védjegybitorlást?

Ha valaki más bejegyzett védjegyét a saját tevékenysége során bármilyen formában jogosulatlanul, tehát a védjegyjogosult engedélye nélkül használja, védjegybitorlást követ el. Ugyancsak védjegybitorlásnak minősül az olyan szó, szóösszetétel, jelmondat, logó stb. használata is, amelyet a fogyasztók a védjeggyel összetéveszhetnek a megjelölés és a védjegy hasonlósága, illetve az érintett áruk, illetve szolgáltatások hasonlósága miatt. A bírósági gyakorlat szerint nem csak a védett megjelölést hordozó termék előállítója, hanem annak forgalmazója is védjegybitorlónak tekinthető. A védjegybitorlás megállapításának az sem előfeltétele, hogy a más védjeggyel megjelölt áru a kiskereskedelmi forgalomba kerüljön. A védjegybitorlás elkövetéséhez adott esetben elegendő, ha egy darab hamis – tehát nem a védjegyjogosult által gyártott – „Disney” feliratú póló vámkezelését kérjük a magyar vámhatóságoktól.

Milyen következményekkel kell számolni védjegybitorlás esetén?

A védjegyet, vagy azzal összetéveszhető megjelölést használó személy, szervezet – az eset körülményeitől függően – a büntetőjogi következményeken túl a következő szankciókra számíthat:

- a) a bíróság megállapíthatja a védjegybitorlás elkövetését, kötelezheti a védjegybitorlás abbahagyására és a további jogsértéstől való eltiltásra;
- c) a bíróság adatszolgáltatásra kötelezheti a bitorlással érintett áruk, illetve szolgáltatások előállításában, forgalmazásában, illetve teljesítésében résztvevőkről, valamint az ilyen áruk terjesztésére kialakított üzleti kapcsolatokról;
- d) a bíróság, elégtételadásra kötelezheti, ami általában a bocsánatkérést és az ítélet rendelkező részének egy országos napilapban, fizetett hirdetéséként való közzétételét jelenti;
- e) a bíróság kötelezheti a védjegybitorlással elért gazdagodás megtérítésére;
- f) a bíróság elrendelheti a védjegybitorlásra használt eszközök és anyagok, valamint a védjegybitorlással érintett termékek, illetve csomagolóanyagok lefoglalását és jogsértő mivoltuktól való megfosztását, vagy azok megsemmisítését;
- g) a bíróság kártérítés megfizetésére kötelezheti.

További súlyos következmény, hogy a védjegybitorlási perek döntő hányadában – a védjegyjogosult külön kérelmére – a bíróság ideiglenes intézkedéssel még a per megindulásakor elrendeli a vitatott termékek és azzal összefüggő anyagok (például reklámanyagok) lefoglalását és megtiltja a védett megjelölés további használatát. Így történt például a „Heti Montázs” c. reklámújság esetében is, amelynek lappéldányait a „Montázs” szóvédjegy jogosultjának és egyben a „Prima Montázs” c. lap

kiadójának kérelmére a bíróság már az eljárás első szakaszában lefoglalta (BH 2000. 346.).

A lefoglalással és a megsemmisítéssel kapcsolatos költségeket az egyéb perköltségeken felül természetesen a védjegybitorlónak kell állnia.

A védjegybitorlásért fennálló jogi felelősség szigorú, objektív felelősség. Ez azt jelenti, hogy amennyiben az engedély nélküli védjegyhasználat megállapítható, a szankciókat a bíróság akkor is alkalmazza, ha jóhiszeműen jártunk el, így például, ha szabályos szerződést kötöttünk a védjegybitorlással érintett termékek, vagy szolgáltatások beszerzésére, a termékek, vagy szolgáltatások árát rendben megfizettük, és nem volt tudomásunk arról, hogy az átvett termékek értékesítésére az eladónak nem volt engedélye, vagy, hogy a termékek hamisak lehetnek.

Az a személy, vagy szervezet, akivel szemben védjegybitorlási pert indítanak, csak két esetben védekezhet sikeresen: ha bizonyítani tudja, hogy az általa használt megjelölés nem azonos és nem is összetéveszthető a védjegyjogosult védjegyével, vagy ha okiratokkal, vagy más hitelt érdemlő módon bizonyítani tudja, hogy a védjegyjogosult kifejezett engedélyével rendelkezik (védjegylicencia). Termék vásárlása esetén akkor is elkerülhető a felelősségre vonás, ha igazolható, hogy az adott terméket maga a védjegyjogosult hozta forgalomba az Európai Gazdasági Térség bármely országában, vagy az adott terméknek az Európai Gazdasági Térségben történő forgalomba hozatalához a jogosult kifejezetten hozzájárult.

Fontos tudni, hogy védjegybitorlásnak, tehát a védjegy törvény megsértésének minősülhet a védjegyjogosult által gyártott eredeti termékek Magyarországra történő behozatala is, ha az adott terméket nem a védjegyjogosult hozta forgalomba az Európai Gazdasági Térségben, vagy az adott termékek Európai Gazdasági Térségben történő forgalomba hozatalához a jogosult kifejezetten nem járult hozzá.

Így például, ha egy ajándékkal egybekötött promócióhoz az ajándékot közvetlenül Kínából kívánjuk beszerezni, és az ajándéktárgyakon, vagy csomagolásukon valamilyen terméknév, márkajelzés szerepel, a kellemetlen meglepetések elkerülése érdekében akkor is érdemes a termékeken használt megjelölés védjegyjogi helyzetét ellenőrizni, ha az áru eredetiségéhez nem férhet kétség, és azonos márkájú termékeket Magyarországon már forgalmazznak.

Milyen óvintézkedéseket tegyünk a védjegybitorlás elkerülése érdekében?

Mindenképpen győződjünk meg arról, hogy a használni kívánt megjelölés bejegyzett védjegynek minősül-e.

Ez a megállapítás igaz szinte valamennyi marketing tevékenységre és akcióra a promóciós lapok címének, jelmondatának, színeinek kiválasztásától, az üzlet elnevezésére, logójára tett javaslaton át grafikai tervekig és a reklámszlogenekig.

A védjegyekkel kapcsolatos elővigyázatosság nem igényel különösebb ráfordítást: a védjegylajstromot kezelő **Magyar Szabadalmi Hivatal** ügyfélszolgálatán (1054 Budapest, Garibaldi u. 2., www.mszh.hu), illetve a Magyar Szabadalmi Hivatal által rendszeresen frissített internetes adatbázis segítségével (<http://pipacsweb.hpo.hu>) gyorsan és ingyenesen juthatunk információhoz a bejegyzett védjegyekről, azok árujegyzékéről, és a védjegyjogosultak, valamint magyarországi képviselőik adatairól, elérhetőségéről.

Dr. Hámori Gergely