

A Pécsi Ítéltábla Sár és Társa Ügyvédi Iroda által képviselt **felperes neve**. (címe) felperesnek - dr. Piatrik Anikó ügyvéd által képviselt **alperes neve** (címe) alperes ellen tisztességtelen piaci magatartással okozott kárt megtérítése iránt indított perében a Pécsi Törvényszék 2012. június 26. napján kelt 15.G.20.296/2012/7. számú ítélete ellen a felperes részéről 10., 12. és Gf.2. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán meghozta az alábbi

### **Ítéletet:**

A másodfokú bíróság az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyja.

Kötelezi a felperest, hogy fizessen meg 15 napon belül az alperesnek 19.500 (tizenkilencezer-ötszáz) forint másodfokú perköltséget.

Az ítélet ellen fellebbezésnek helye nincs.

### **Indokolás**

Az elsőfokú bíróság fellebbezéssel támadott ítéletével a felperesnek az 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 6.§-ra alapított keresetét elutasította. Megállapította, hogy a felperes által 2009. év óta gyártott és forgalmazott antikolt Téglakő külső megjelenésében a klasszikus kisméretű téglára hasonlító beton térkő, az alperes által gyártott ....12 termékszámú - külső megjelenésében szintén a kisméretű égetett téglára hasonlító - antik betontégla termékek külső megjelenésük alapján összetéveszthetők. Álláspontja szerint azonban mivel mindkét termék a bontott téglával azonos külső megjelenésű, amely viszont nem a felperes nevéhez, tevékenységéhez kapcsolódik, jellegbitorlás, szolgai utánzás nem történt, felperes nem bizonyította, hogy a jellegzetes külsőről a fogyasztók felperes termékét, cégét ismerik fel, arra asszociálnak.

Az ítélet ellen a felperes terjesztett elő fellebbezést, fellebbezésében elsődlegesen az elsőfokú bíróság ítéletének megváltoztatását, a keresetnek helyt adó döntés meghozatalát, másodlagosan az elsőfokú bíróság ítéletének hatályon kívül helyezését és az elsőfokú bíróság új eljárásra, új határozat hozatalára utasítását kérte. Hivatkozott arra, hogy mindkét termék a bontott téglára hasonlító, antikolt beton térkő, de a felperes innovációja az, hogy a más célra - falazó anyagként - használt bontott téglára hasonlító beton térkővet alkotott. Elismerte, hogy hasonló

külső megjelenésű termék korábban is volt a piacon (S.), de a bontott téglá küllemű beton térkő a felperes marketing tevékenysége eredményeként, a felperes révén vált ismertté. Kiemelte, hogy a térkő terméket vásárló fogyasztók számára a termékek összetéveszthetőek, a fogyasztók az alperesi áruban a jellegzetes külső alapján a felperes termékét szokták felismerni, a Téglakő elnevezésből a felperesre asszociálnak. Álláspontja alátámasztására a fellebbezés mellékleteként csatolta a T.Kft. által készített közvélemény-kutatás eredményét, a felperesi terméket forgalmazó kereskedők és vásárlók, fogyasztók nyilatkozatait. Utalt arra, hogy a közvélemény-kutatás alátámasztja, hogy a piacon a felperesi téglakő elnevezésű beton térkő a legismertebb, és a térkő vásárlók számára az ár mellett a szín a döntő tényező, a nyilatkozatok alapján a felperesi termék újszerű és jellegzetes, a fogyasztók körében ismert a piacon.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú bíróság ítéletének helybenhagyását kérte.

A fellebbezés alaptalan.

A másodfokú bíróság az elsőfokú bíróság ítéletében megállapított tényállást a felperes fellebbezéséhez csatolt, a forgalmazó kereskedők, viszonteladók és fogyasztók nyilatkozatai alapján készült közvélemény-kutatás összefoglaló részében foglaltak alapján kiegészíti az alábbiakkal:

A 172 db forgalmazó kereskedő, viszonteladó vállalkozás és 44 felperesi terméket vásárló fogyasztó válasza alapján a térkő vásárlást több helyről való informálódás előzi meg, mely alapvetően személyes jellegű: a térkövet megtekintik a vásárlók. Ennek oka, hogy a döntésben az alapszín a meghatározó tényező az ár mellett, a méret, forma és a márka is a kevésbé fontos tényezők közé tartozik. A megkérdezettek többsége szerint a piacon lévő térkövek többségének téglá formája van.

Minimális volt azok aránya, akik vállalkoztak a kövek beazonosítására forma alapján és többségében nekik sem sikerült. Támogatott módon a L. gyártók a legismertebbek, ezt a Téglakő márka követi. A Téglakő márkát 14% azonosította a B.kövével. A megkérdezettek több mint felének nem volt véleménye arról, hogy ki lehet a Téglakő nevű kő gyártója, 27%-a (már korábban hallott) márkanévet gyártóként is azonosította, a B.-hoz azonban mindösszesen 3% kötötte. A márkaismeret és márkatudatosság nem jellemző a térkő piacon, a térkövek pedig nagyon kevés ember számára ismerhetők fel forma alapján.

A megkérdezettek 59%-a egyetlen térkő márkát vagy gyártót sem tudott megnevezni. A legtöbben az A. (19%) és a L. (16%) említették, a T.12%-nak jutott eszébe. A B.gyártót mindössze 7%, 10 fő említette, a B. együttes említése mindössze négy esetben (3%) fordult elő. B.-n a megkérdezettek 16%-a tudott spontán módon márkát, gyártót említeni. Sz.-n a megkérdezettek közel fele említett gyártót vagy márkát, a legtöbben az A. (26%). A leg tájékozottabbak a p., átlagosan

1,6 említéssel, itt a L.a legismertebb gyártó, a második az A. (mindkettőnek van ... kötődése). A T.vagy B.nevet B.-n senki nem említette spontán módon, Sz.-n 4% a B.-t, és 12% a T.-t, míg P. 16% a B.-t, és 24% a T.-t.

A Téglakövet átlagosan három területről vett tulajdonságokkal írták le a megkérdezettek. A közel háromnegyedük említett színhez és kétötödük formához, valamint stílushoz kötődő tulajdonságot. Harmaduk valamely használati tulajdonság emelte ki, negyedük említett felülethez kapcsolódó, 17 % anyagbeli, 3 % kezelhetőséggel kapcsolatos tulajdonságot. Azaz a Téglakő elsősorban a színével hívta fel magára a figyelmet, de stílusát is többen próbálták meghatározni, mint a közös tulajdonságok esetében. Viszont a formának nem tulajdonítottak különösen nagy jelentőséget.

A fenti kiegészítéssel az elsőfokú bíróság ítéletének tényállása helyes és helyes az abból levont jogkövetkeztetés is.

A másodfokú bíróságnak a fellebbezési eljárásban a fellebbezés mellékleteként csatolt közvélemény-kutatás eredményét, mint új bizonyítékot, a fellebbezés elbírálása során figyelembe kellett vennie. A Pp.235.§ (1) bekezdése értelmében a fellebbezésben új tény állítására, illetve új bizonyíték előadására akkor kerülhet sor, ha az új tény vagy új bizonyíték az elsőfokú határozat meghozatalát követően jutott a fellebbező fél tudomásra, feltéve, hogy az elbírálása esetén reá kedvezőbb határozatot eredményezett volna. A fellebbezésben új tény állítására, illetve új bizonyíték előadására, vagy az elsőfokú bíróság által mellőzött bizonyítás lefolytatásának indítványozására akkor is sor kerülhet, ha az az elsőfokú határozat jogszabálysértő voltának alátámasztására irányul, a Pp.141.§ (6) bekezdésében foglaltakat azonban ebben az esetben is alkalmazni kell. Az elsőfokú bíróság a Pp.3.§ (3) bekezdése szerint G.20.296/2012/4. számú végzésével annak bizonyítására hívta fel a felperest, hogy a perbeli terméke valamilyen jellegzetességgel vált ismertté, az átlagos fogyasztó emiatt különbözteti meg a versenytárs termékétől. A felhívás arra terjedt ki, hogy azon jellegzetességet, amellyel az alperes a felperes hozzájárulása nélkül utánozta és gyártott hasonló terméket, konkrétan jelölje meg a felperes. A tájékoztatás azonban nem volt teljes körű, nem felelt meg a felperes perbeli állításának, és az általa érvényesített jognak, a Tpv.6.§-ával összhangban álló kioktatás csak a másodfokú tárgyaláson történt meg, ezért az új bizonyíték előterjesztésének - a kellő tájékoztatás hiánya miatt - helye volt.

Kiemeli a másodfokú bíróság, hogy a másodfokú tárgyaláson történt, Pp.3.§ (3) bekezdésén alapuló - a felperes másodfokú tárgyaláson pontosított keresetéhez igazodó - tájékoztatás és kioktatás szerint a Tpv.6.§-ban foglalt jellegbitorlás megállapításához a felperesre annak bizonyítása hárult, hogy az általa sérelmezett, alperes által forgalmazott ... 12. számú termék, annak külső jellege - hagyományos bontott téglára emlékeztető külseje - miatt a felperes tevékenységének eredményeként vált a magyar piacon a fogyasztók széles köre számára ismertté, mely tény bizonyításához a termék időbeli és mennyiségi piaci részesedésének

bizonyítása is szükséges volt. Felperest terhelte annak bizonyítása is, hogy az általa állított külső jegyekből - kisméretű bontott téglára emlékeztető külső - a fogyasztók a felperes áruját szokták felismerni, illetve, hogy az alperesi „utánzatról” a fogyasztók az eredeti termék gyártójára, a felperesre, illetve magára az eredeti árura asszociálnak.

A felperes bizonyítási kötelezettségének nem tett eleget, nem bizonyította azt a tényt, hogy a termék külső megjelenése - hagyományos bontott téglára emlékeztető külső - a felperes révén vált ismertté a fogyasztók számára. Az általa becsatolt szórólapok, prospektusok, marketing tevékenységet alátámasztó iratok és számlák azt bizonyítják, hogy felperes a saját termék népszerűsítése, ismertté tétele érdekében fejtette ki tevékenységét. Nem igazolják azonban, hogy e tevékenység eredményeként vált ismertté az adott külső megjelenéssel az áru a piacon, különös tekintettel arra, hogy a felperes fellebbezésében is elismert tény szerint hasonló terméke korábban is jelen volt a magyar piacon, és megjelenésében hasonló termék az alperes termék ismertetőiben, árjegyzékében már 2000. évtől szerepelt. Az alperes 2000. évtől gyártott és forgalmazott... 8 termékszám alatt 14 X 21 cm méretű, téglalakú, vörös, barna, antracit antik térkövet. Ennek alapján - a vásárlói véleményekre figyelemmel - a vásárlók által jellegzetesnek ítélt téglalak és az antikolt felület a felperes piacra lépését megelőzően is már ismert volt, nem igazolt, hogy a jellegzetes külső megjelenés a felperesi gyártás-forgalmazás eredményeként vált ismertté a piacon. Tekintettel arra, hogy a forgalmazás mennyisége sem alkalmas e tény bizonyítására, mivel az legfeljebb a felperesi reklámtevékenység eredményességét igazolná, a másodfokú bíróság mellőzte a felperes által e körben indítványozott bizonyítást, a felperesi főkönyvi kivonatok csatolását.

A Tptv.6.§-ban meghatározott, fenti tényállási elem - ismertté tétel - hiánya önmagában megalapozza a felperes keresetének elutasítását. Kiemeli azonban a másodfokú bíróság, hogy a felperes a perben nem bizonyította azt sem, hogy az általa állított külső jegyekből - kisméretű bontott téglára emlékeztető külső - a fogyasztók a felperes áruját szokták felismerni, az alperes hasonló termékéről a felperesre, illetve a felperes által gyártott termékekre asszociálnak. A közvélemény-kutatás során feltett kérdések egy része e tény bizonyítására nem alkalmas, mivel a kérdések arra irányultak, hogy a vásárlók újszerűnek, jellegzetesnek tartják-e a téglakövet, illetve a téglakövet vásárlók mennyiben keresték célzottan a felperes által gyártott terméket. A kérdésekre adott válaszok kizárólag az újszerűség, a vásárlási döntésnél figyelembe vett szempontok, illetve a felperes és alperesi termék ismertsége tekintetében adnak információt, de nem alkalmasak annak alátámasztására, hogy a két termék együttes megtekintése esetén a vásárlók ki tudják választani, hogy melyik termék a felperesé, illetve az alperesi áruról a felperesre asszociálnak, az alperes áruját a felperes termékeként azonosítják. Utal e körben a másodfokú bíróság arra is, hogy a termék azonosítására nagyon kevesen vállalkoztak, és hogy a Téglakő terméket a fogyasztók 3%-a kötötte csak a felpereshez, 3% azonosította a felperes termékeként, azaz a felperes által gyártott

Téglakő alapján a vásárlók túlnyomó része nemhogy az alperesre nem asszociált, de még a felperesre sem következtetett.

A fentiekre tekintettel a másodfokú bíróság az elsőfokú bíróság ítéletét a Pp.253.§ (2) bekezdése alapján helybenhagyta.

Az eredménytelenül fellebbező felperest a másodfokú bíróság a Pp.78.§ (1) bekezdése alapján kötelezte a 32/2003.(VIII.22.) IM rendelet 3.§ (1), (2) és (5) bekezdése alapján megállapított ügyvédi munkadíj megfizetésére.

Pécs, 2013. április 10.

Dr. Kovács Ildikó s.k. a tanács elnöke, Dr. Gyöngyösiné dr. Antók Éva s.k. előadó bíró, Dr. Berki Csilla s.k. bíró