

Győri Ítéltábla
Gf.IV.20.340/2012/8.szám

A Győri Ítéltábla a Sár és Társai Ügyvédi Iroda által képviselt **felperesnek** a dr. Márton Bernadett ügyvéd és az SBGK Ügyvédi Iroda által képviselt **alperes** ellen tisztességtelen piaci magatartás megállapítása iránt indított perében a Győri Törvényszék 2012. július 9. napján kelt 31.G.20.211/2012/15. sorszám alatti ítéletével szemben a felperes által 18., 19. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés és az alperes által Gf.4.sorszám alatt előterjesztett csatlakozó fellebbezés folytán megtartott tárgyalás alapján meghozta a következő

í t é l e t e t :

Az ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét a per főtárgya tekintetében helybenhagyja, míg a perköltségviselésre vonatkozó rendelkezéseket részben és akként változtatja meg, hogy a felperes által az alperesnek fizetendő elsőfokú perköltség összegét 3.907.885,- (Hárommillió-kilencszázhétezer-nyolcszáznyolcvanöt) Ft-ra felemeli.

Kötelezi a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 679.500,- (Hatszázhetvenkilencezer-ötszáz) Ft másodfokú perköltséget, viselje továbbá a fellebbezéssel felmerült költségeit.

Az ítélet ellen fellebbezésnek nincs helye.

I n d o k o l á s :

Az elsőfokú bíróság a fellebbezéssel támadott ítéletében a keresetet elutasította. Kötelezte a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 2.256.885,-Ft perköltséget. Határozata indokolásában megállapította, hogy a felperes egyebek mellett beton- és térkőgyártással foglalkozik, 2009. június 25-től számítottan felperes neve. néven. 2009. február 19-én készültek el a felperes által gyártani szándékolt beton-alapanyagú térkövek tervei 3 méretben (egyenként 120 mm szélességgel és 240 mm hosszúsággal), 2009 novemberéig járdakő, udvarkő, utcakő néven, ezt követően Barabás téglakő fantáziánéven kerültek forgalomba. A forgalmazás első időpontja 2009. május 4. volt, a tényleges gyártáshoz kapcsolódó és érdemi volumenű értékesítés 2009 augusztusában indult meg. A felperes 2010 áprilisában a XXIX. Nemzetközi Építőipari Konstruma Szakkiállításon Konstruma újdonságdíjat nyert. A terméket reklámanyagaiban akként hirdette, hogy éppen olyan, mint egy igazi klasszikus téglakő a boldog békeidőkből.

A fenti kiállításon az alperes is megjelent a 2010 márciusától gyártott Patio fantázianevű térkövével. Termékét azzal reklámozta, hogy az megszólalásig hasonlít a klasszikus bontott kisméretű téglához.

A bíróság megállapítása szerint a Barabás téglakő 80 x 120 cm nagyságú szabványraklapon került forgalomba, fóliázás és eredetjelző felirat nélkül, az alperes terméke ettől eltérő méretű, 120 x 100 cm-es raklapon, fóliázva kerül forgalomba, a fólián kék alapon nagybetűkkel szerepel a Leier márkanév és az alperes internetes elérhetősége.

Az alperes a felperes Barabás téglakővel történő piacra lépését megelőzően, 2009. március 1-jétől magyar nyelvű katalógussal forgalmazta Magyarországon a Kaiserstein nevű térkőcsaládot eltérő méretben, továbbá 2007-től beton kisméretű téglát gyártott szürke színben, 250 x 120 x 65 mm-es méretben, ennek forgalmazott évi mennyisége 10.000 - 40.000 db volt.

Az "A" Kft. a térkő piacon a feleket évekkal megelőzően megjelent antikolt kisméretű téglá paramétereivel bíró (250 x 120 x 65 mm-es) termékével, csekély értékesítési mennyiséget elérve.

A Semmelrock agyagból égetett klinkertéglái, melyek kerti burkolat építésére is alkalmasak Terca fantázianéven évekkal a felperes piacra lépését megelőzően kaphatóak voltak többféle méretben, köztük 245 x 120 x 65 mm-es méretben is.

Az "B" Zrt. ugyancsak a felperesi piacra lépést megelőzően évekkal, 2000-től forgalmazott egyebek mellett 140 x 210 x 80 mm-es mérettel antikolt térkövet.

Az ítéleti tényállás szerint a felperes 2009-ben több mint 45 millió, 2010-ben több mint 62 millió, 2011-ben több mint 39 millió Ft-ot költött alapvetően a Barabás téglakő reklámozására. Nyilvántartása szerint 2009-ben 96.041 m², 2010. 236.485 m², 2011-ben 302.053 m² volt a téglakő értékesítési volumene a felperesnél, ezzel az antikolt térkő teljes térkőpiacon belüli aránya 5-5,5 %-ról 9-11 %-ra emelkedett.

Az elsőfokú bíróság ítélete jogi indokolásában úgy foglalt állást, hogy a Tpv. 6. §-ában szabályozott jellegbitorlás megállapításának konjunktív feltételei nem állnak fenn. Hangsúlyozta, hogy a jelenlegi szabályozás szerint a versenyjogi védelem nem függ magának az árunak, az áru belső - tartalmi minőségi - ismérveinek jellegzetességétől, annak van kiemelt jelentősége, hogy az áru külső jellegzetességénél fogva alkalmas-e az árunak a versenytárs áruitól való megkülönböztetésére. Megítélése szerint a perbeli esetben a jellegzetes árukülső és ehhez kapcsolódóan az ismertség nem valósult meg. Az árukülső jogvédelmet csak akkor érdemel, ha annyira jellemzővé teszi az adott árut, hogy azt ezen külsőségről ismerik fel a piacon. A perbeli esetben a felperesi termék piaci ismeretisége a védjeggyel is oltalmazott terméknéven alapul. A felperest megelőzően már a térkő piacon is megjelentek a kisméretű téglát utánzó, lényegüket tekintve a Barabás téglakővel azonos árukülsővel bíró termékek. E termékek nem szűk körben kerültek forgalmazásra és reklámozásra, így a felperesi termék vonatkozásában megállapítható, hogy annak külseje jellegtelen, áru eredetét nem azonosít, tucatárut utánoz.

Hangsúlyozta az elsőfokú bíróság, hogy jellegzetes külső megítélése a kialakult bírói gyakorlat szerint nem szakértői feladat (Fővárosi Ítéltábla 8.Pf.21.121/2009/4.). Mindemellett a később piacra lépő alperes megtette a szükséges intézkedéseket, hogy áruját összességében elhatárolja a felperes árujától. Az általa alkalmazott mintaállványok és a raklapos csomagolás egyértelmű és figyelemfelhívó jelleggel tünteti fel a gyártót, a méret, a

szín és a szemcsézettség sem azonos, csak hasonló. Az alperesi termék nem a felperesi terméket utánozza szolgai módon, hanem egy a piacon már évek óta jelenlévő terméket helyezett gyártásba, ezzel tisztességtelen utánzást nem valósított meg. A bíróság hangsúlyozta, hogy a szabvánnyal is körülírt kisméretű téglák árúkülső senki által nem sajátítható ki. Egy-egy mintamotívum nem, legfeljebb annak tipikus, a megszokottól eltérő karakterisztikus megjelenítési formája kötődhet egy gyártóhoz akként, hogy monopólium jelleggel versenyjogi védelmet kapjon (Fővárosi Ítéltábla 8.Pf.20.380/2010/4.)

A piaci ismertségnél a bíróság értékelte, hogy a tényleges forgalmazás megkezdésétől számítottan az alperes piacra lépéséig csupán 8 hónap telt el, ezen rövid időszak alatt az értékesített mennyiség figyelembevétele mellett (2010. március végéig 117.613 m²) nem következett be olyan szintű versenyjogi oltalmat kiváltó ismertség, hogy a téglakő vonatkozásában a fogyasztók egyértelműen csak a felperesre asszociálhatnának. Az ismertség szempontjából önmagában az értékesítési adatok nem alapvető jelentőségűek, ezek a konkurenciához képesti kedvezőbb árképzésből is adódhatnak. A felperes által felhívott EBH 2003.861. számú jogeset tényállása a perbelitől lényegesen eltérő, azzal össze nem vethető.

Az elsőfokú bíróság a jogkérdés ezen elvek mentén való eldöntésére figyelemmel mellőzte az alperes által csatolt és a felperes által formai okokból is vitatott piackutatás eredményének értékelését, továbbá "C" tanúkénti meghallgatását.

A per költségviselés körében úgy foglalt állást, hogy a piackutatás költsége nem sorolható a Pp. 75. §. (1) bekezdése szerinti célszerű és jóhiszemű pervittel kapcsolatosan felmerült költségek körébe. Azt indokolatlanul végezte el az alperes.

A felperes fellebbezésében elsődlegesen az ítélet keresetnek megfelelő megváltoztatását, másodlagosan pedig az ítélet hatályon kívül helyezését kérte.

Megítélése szerint az elsőfokú ítélet nem tényállásszerű, a felvett tényállás alapján a bíróság nem helytálló következtetésre jutott. Hangsúlyozta, hogy a felperesi termék jellegzetes külső jegyei a felpereshez kapcsolódnak. A felperes és az alperes perrel érintett termékei egyaránt beton térkövek és nem kisméretű bontott téglák. Jellegzetes külsejük összetéveszthetőségig hasonló. A kisméretű bontott téglák nem térkő, anyaga nem beton. A térkövek és a falazóelemek (téglák) a fogyasztói megítélés körében olyan mértékben különböző termékcsoportok, amelyek eleve elhatárolódnak a fogyasztók tudatában. Emiatt a bontott téglára emlékeztető kialakítás a térkövek tekintetében egyedi külső megjelenésnek tekinthető.

A felperes termékének külső megjelenése beton-térkő áruként jellegzetes. Hasonló külső megjelenésű beton-térkő termék korábban is megjelent a piacon, azonban nem vált széles körben ismertté, mert a korábbi gyártók nem fektettek elegendő energiát az ismertté tételbe, ezt a felperes végezte el. (EBH 2003.861.) A bontott téglák külső jegyei a beton-térkövek vonatkozásában tehát jellegzetesek és a felpereshez kapcsolódnak.

A terméknek az a jellegzetessége, hogy egy eltérő áruféleség külső megjelenésére emlékeztet. Ez a felperes ötlete, innovációja, a hasonló rendeltetésű áruk körében szokatlan, új és egyedi terméket a felperes alkotta meg és vezette be a piacra.

A BH 2012.72. számú döntésre utalással hangsúlyozta, hogy a vásárló (fogyasztó) a meghatározó személy annak megítélésénél, hogy a versenytársak árai összetéveszthetők-e.

Utalt a Tpv. 2/A §. (1) bekezdése folytán irányadó 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) 4. §-ában foglaltakra. Álláspontja szerint a térkő-terméket kereső fogyasztót kell relevánsnak tekinteni, az ilyen pedig a térkő termékek között válogat, nem találkozik bontott téglával. Ha a bontott téglá külső jellegzetességeit viselő térkövet találja meg, annak a gyártónak a termékét ismeri fel benne, aki a bontott téglá küllemű beton-térkövet ismertté tette a piacon. A BDT 2005.1258. számú döntésre utalással hivatkozott arra, hogy egy ismertté vált használati cikk külső formája olyan jellegzetesség, amelynek másolása alapot ad a jellegbitorlás megállapítására, függetlenül attól, hogy az áru úgynevezett tucatárúnak, vagyis tömegterméknek minősül.

A másodlagos fellebbezési kérelem indokai körében kifejtette, hogy a bíróság az ügy lényeges kérdése tekintetében nem folytatott le bizonyítást, nem rendelt ki szakértőt, pedig a szükséges szakértelemmel és szakismerettel nem rendelkezett. Bizonyítás lefolytatása nélkül döntött abban a kérdésben, hogy a versenytárs áruja jellegzetes külsővel rendelkezik-e, illetve ismertté vált-e a releváns piacon, míg nem foglalt állást abban, hogy a bitorló áruról a fogyasztók a versenytárs áruját szokták-e felismerni. Erre figyelemmel nem megalapozott az elsőfokú ítélet.

Egyebek mellett utalt arra, hogy az elsőfokú eljárásban a rendelkezésre bocsátott forgalmazási adatok nyilvánvalóvá teszik, hogy az alperes 2010-ben megkezdett forgalmazása annak eredménye, hogy a felperes ismertté tette a terméket a piacon. A felperes terméke már 2009-ben ismertté vált, így nyilvánvaló, hogy az alperes térkővéről a vásárló a korábban már megismert térkőre asszociált. Az alperesi termék piaci megjelenése idején a vásárlók a termékben nem ismerhettek fel mást, mint a felperes áruját.

A fellebbezésében foglalt indokokat kiegészítve kifejtette, hogy az elsőfokú bíróság téves megállapításra jutott azzal, hogy a hatályos Tpv. a korábbi jogszabályhoz képest szűkítette a jellegbitorlás törvényi tényállását. A szabályozás miniszteri indokolásából megállapítható, hogy az kifejezetten szélesítésre került, hiszen nemcsak a tekintetben rendeli alkalmazni a versenyjogi védelmet, ha önmagában áruformájuként is jellegzetes a termék, hanem azon árukat is védi, amelyek önmagukban nem, de külső kialakításukban mégis jellegzetes tulajdonságot mutatnak. A kisméretű téglá ismert és alapvető formájának eltérő és szokatlan körben, beton-térkőként való felhasználása éppen, hogy a termék jellegzetességét eredményezi, azaz a két áruforma jellemzőinek összekapcsolása eredményezi a térkő jellegzetességét, ilyen tekintetben a jellegzetességnek nem feltétele sem a szerzői jogban alkalmazott eredeti, vagy a szabadalmi jogból ismert újdonság jelleg, sem pedig a védjegyjogból ismert megkülönböztető képesség.

A felperes vitatta azt az ítéleti megállapítást, hogy a felperesi áru ismertsége nem a jellegzetes külsőből, hanem a védjeggyel is oltalmazott terméknévből származik.

A felperesi termék azon túl, hogy a bontott téglá összenyomását kelti, számos jellegzetes tulajdonsággal rendelkezik, amely megkülönbözteti más hasonló termékektől: mérete korábban nem volt elterjedt, a felületi kiképzése antikolt, funkciója egyedülállóan sokrétű (térkőként, de építőelemként is használható), az anyaga beton, a színe a régi bontott téglára emlékeztető, tehát jellegzetes. Ezen jellegzetességek egyetlen más gyártó, vagy forgalmazó ismert termékénél sem fordultak elő, kivéve a "A" cég termékét, ez azonban nem vált ismertté a magyar piacon.

A termék fogyasztóra gyakorolt összbeműködéséből kell kiindulni a jellegbitorlás megítélésénél, azaz a jellegzetes tulajdonságainak az összességét kell vizsgálni. Irrelevánsak tehát a piacon mindazon termékek, amelyek méretükben, vagy színükben, vagy felületi kiképzésükben eltérnek a felperesi terméktől.

Azt, hogy a fogyasztók is jellegzetesnek, újdonságnak ismerik el a felperes termékét, igazolja a keresetlevélhez csatolt katalógusokban szereplő fogyasztói vélemények összessége is. A termék jellegzetességeként emelik ki a színt, a formát, a felszíni kialakítást, a sokrétű funkciót, az anyagból eredő tulajdonságokat.

A felperes hivatkozott arra is, hogy az elsőfokú ítélet meghozatalát követően egy másik perrel kapcsolatosan jutott tudomására a fogyasztók és a viszonteladók által a felperesi termékre vonatkozóan adott nagyszámú vélemény, amely mind azt igazolja, hogy a felperes termékét kifejezetten jellegzetesnek tartják. Csatolta a kereskedők, viszonteladók, továbbá a fogyasztók aláírt nyilatkozatait. Azok tartalmából kiemelte, hogy a fogyasztók újszerűnek, jellegzetesnek tartják a felperesi terméket, nagyrészt kifejezetten azt szeretné megvásárolni és a válaszokból kiolvasható, hogy a többségük már a vásárlást megelőzően is ismerte a felperesi terméket.

Hangsúlyozta, hogy az elsőfokú eljárásban a forgalmazásra és a reklámozásra vonatkozó bizonyítékokkal már igazolta, hogy a felperesi termék ismertté vált a magyar piacon, a jellegzetes külső kialakításával. Az elsőfokú bíróság helytelenül hagyta figyelmen kívül az EBH 2003.861. számú eseti döntést, holott az elvi bírósági határozat lévén a tényállástól független abszolút jogértelmezést hordoz. Utalt a Győri Ítéltábla Gf.IV.20.212/2012. számú ügyben hozott ítéletére, továbbá a BH 1995.394. számú eseti döntésre, kiemelve, hogy a 2009-2010. évi összes értékesítés 332.526 m² volt, ebből az alperesi piacra lépésig a felperes 117.568 m²-t értékesített. Ez alapján a piacon ismertnek kell tekinteni a termékét.

Kiemelte, hogy a jellegbitorlás megállapításához elegendő az is, ha az összetévesztés reális lehetősége fennáll. Az elsőfokú eljárás során csatolt fogyasztói panasz is igazolja, hogy a fogyasztók, de még a szakképzettséggel rendelkező értékesítők is ténylegesen összekeverik a termékeket.

Hangsúlyozta, hogy a termék eltérő elnevezése és csomagolása az alperes részéről nem elegendő ahhoz, hogy a felperes termékétől a sajátját megkülönböztesse. Az alperesektől elvárható tisztességes piaci magatartás az lett volna, ha nem olyan külső formában hozzák forgalomba saját, a felperessel azonos célra szolgáló árujukat, mint amellyel a felperes forgalomba bevezetett áruja ismertté vált. A jellegbitorlás tilalma elsősorban attól védi meg a felperest, hogy a termék kifejlesztésébe és ismertté tételébe fektetett erőforrásait egyik versenytársa se használhassa ki tisztességtelenül.

Hangsúlyozta, hogy nem törekszik kisajátításra a tértövek magyarországi piacon, hisz vannak olyan tértövek, amelyek egy-egy tulajdonságukban lehetnek hasonlóak a felperes termékével, azonban mégsem téveszthetők össze azzal, mert nem szolgai utánzatok. Azok vagy összhatásukban nem hasonlítanak rá, vagy valamely lényeges tulajdonságuk megkülönbözteti őket, vagy pedig nem is versenytársai a felperesi terméknek.

Az alperes csatlakozó fellebbezésében az elsőfokú ítélet indokolásának és a perkiöltségviselésre vonatkozó rendelkezéseknek a megváltoztatását kérte. Kifogásolta, hogy az elsőfokú bíróság az alperes által csatolt piackutatás eredményeinek figyelembevételét mellőzte, holott a piackutatás bizonyítja, hogy a felperesi termék nem jellegzetes, a

fogyasztók azt pusztán annak külső megjelenése alapján nem ismerik fel. Ennek eredményét a relevanciái miatt a bíróság nem hagyhatta volna figyelmen kívül. Kifogásolta, hogy a piackutatással kapcsolatban felmerült költséget az elsőfokú bíróság nem ítélte meg az alperesnek, holott célszerű pervitelnek tekinthető mindaz az eljárási tevékenység, amely a jogviták pártatlan eldöntését, a felek jogainak a védelmét szolgálja. A Pp. 3. §. (3) bekezdése alapján a felek feladata, hogy a bizonyítékokat a bíróság rendelkezésére bocsássák, ők viselik annak kockázatát, hogy a rendelkezésre bocsátott adatok teljes körűek-e és elegendők-e a megalapozott döntés meghozatalához. A per folyamán nem lehet tudomásuk arról, hogy a bizonyítékokról miként foglal majd állást a bíróság, a piackutatási eredmények mindenképpen alkalmasak a döntés megalapozására. A közzétett bírósági jogesetekből megállapítható, hogy a hasonló perekben ilyenek értékelésére gyakran sor kerül. A kutatás költsége még akkor is a célszerű és jóhiszemű pervitel körébe tartozik, ha a bíróság egyébként az abban foglaltak figyelembevétel nélkül is el tudja dönteni az ügyet. Erre figyelemmel kérte, hogy az elsőfokú perköltség összegét az ítélet tábla 1.651.000,-Ft-tal emelje fel.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítéletet a piackutatás figyelmen kívül hagyása, illetve a perköltség kérdésének kivételével annak helyes indokai alapján való helybenhagyását kérte.

Hangsúlyozta, hogy a jelenleg hatályos szabályozás szerint kizárólag az áruk külsejének kell jellegzetesnek lennie. A perbeli esetben a tucatáru térkő külseje is egy másik a fogyasztók által ismert tucatáru külsejét utánozza, a bontott tégláét. A két termék felhasználási célja részben azonos, így a jellegzetesség e tekintetben is hiányzik. Az áru külső megkülönböztető képessége perbeli esetben nem állt fenn. A termék eredetére nézve pusztán ránézéssel nem lehet következtetéseket levonni.

Kiemelte, hogy a versenytársi beazonosíthatóság kizárólag az árukülsőn alapulhat, az áru nevén, árán és önmagában az alapanyagán nem. A felperes terméke jellegzetes külsővel nem rendelkezik, a külmérete, az antikolt típus, a sokrétű funkció nem kölcsönöz jellegzetes külsőt számára, az pedig irreleváns, hogy az áru milyen anyagból készült. A színe sem jellegzetes.

Utalt arra, hogy szinte minden gyártó ugyanazokat a termékeket gyártja a térkövek piacán, így jellegzetessé csak olyan termék válhat, mely markánsan különbözik a piacon már megjelent termékektől.

A felperesi katalógusokban hivatkozott fogyasztói véleményekkel kapcsolatosan kiemelte, hogy azok egyrészt olyan tulajdonságokat sorolnak fel, amelyek nem külső tulajdonságok, másrészt az említett külső tulajdonságok pedig nem jellegzetesek.

A fellebbezésben hivatkozott felperesi kérdőívek eredményének másodfokú eljárás során való figyelembevételére megítélése szerint a Pp. 235. §. (1) és a 141. §. (6) bekezdése nem teremt eljárásjogi lehetőséget. Mindemellett a felperessel szerződéses kapcsolatban álló viszonteladók, illetve vásárlók nyilatkozata nem tekinthető objektívnek.

A felperesi termék piacon való ismertségével kapcsolatosan kifejtette, hogy a piacra lépéskor több gyártónak is volt bontott téglához hasonló köve, a prémiumkategóriás termékek ismertségét nem a forgalmi adatok igazolják. Helyesen állapította meg az elsőfokú bíróság, hogy az ismertség szempontjából nem önmagában az értékesítési adatok az alapvető jelentőségűek, azok fakadhatnak pusztán az árképzésből is. A felperes által hivatkozott

Győri Ítéltábla Gf.IV.20.212/2012. számú eseti döntéssel kapcsolatosan rámutatott arra, hogy az adott ügyben közel 10 évig változatlan formában egyedülként hiánypótló jelleggel gyártotta a felperes a követ, míg a perbeli esetben a felperesi kő nem volt új és nem volt hiánypótló termék.

A jellegbitorlás megállapíthatóságához elegendő a megtévesztés reális veszélye is, azonban mind a felperes, mind az alperes a már ismert, jellegzetességet nélkülöző téglaformát felhasználva készítette el térkövet, és az alperes terméke méretében, szemcsézettségében, illetve színében is eltér a felperesi terméktől, továbbá a csomagolás módja is alátámasztja, hogy az alperes minden tőle elvárható módon megkülönböztette termékét a felperesi terméktől.

Hivatkozott arra, hogy az alperes a forgalma alapján Magyarország vezető építőanyag gyártója és forgalmazója. A Kaiserstein termékekkel kapcsolatosan már 2008-ban megindította a reklámkampányát, mintakertet épített, katalógust jelentetett meg, a felperes csak ezt követően tervezte meg a saját termékét. A terméke sem innovatívnak, sem jelentős ráfordításokat igénylőnek nem tekinthető, hozzá a Tpv-t-ben megkívánt pozitív értékitélet nem kapcsolódik, a pusztá árukülső jogi védelmét elsősorban a formatervezési mintaoltalom intézménye lenne hivatott biztosítani.

Fenntartotta azt az álláspontját, hogy a jelen perrel érintett és mindenfajta újdonságot nélkülöző termék versenyjogi védelme kizárná az alacsonyabb árkategóriájú piacon belül a további árversenyt.

A másodlagos fellebbezési kérelmet is alaptalannak ítélte, utalva arra, hogy a felperes nem indítványozott bizonyítást arra vonatkozóan, hogy a fogyasztók a felperesi terméket szokták-e felismerni az alperes áruiban, így ezt már a másodfokú eljárásban alappal nem teheti meg. Nagy terjedelmű szakértői bizonyítás lefolytatására a megjelölt körülmények megállapításához nem volt szükség.

A felperes fellebbezése nem alapos, míg az alperes csatlakozó fellebbezése részben alapos.

Az elsőfokú bíróság a per eldöntéséhez szükséges bizonyítást lefolytatta és a beszerzett peradatok okszerű, logikai ellentmondástól mentes mérlegelése útján helyes tényállást állapított meg, a keresetet elutasító döntésével az ítéltábla is érdemben egyetértett, annak indokait azonban nem minden tekintetben osztotta.

Az elsőfokú bíróság ítéletében helyesen vette számba a Tpv-t. 6. §. által szabályozott jellegbitorlás megállapításához szükséges konjunktív feltételeket és helyesen foglalt állást akként, hogy valamennyi feltétel együttes fennállása a perbeli esetben nem állapítható meg.

Az ítéltábla - az elsőfokú bíróságtól eltérően - osztotta a felperes jogi álláspontját abban, hogy a jellegzetesség mint tényállási elem vizsgálata nem az esetleg térburkolásra is használható különböző téglákkal (pl. bontott téglá, klinker téglá), nem az egyéb anyagú térburkolatokkal (pl. márvány, gránit), hanem az elsődlegesen *térkő funkciójú és beton alapanyagú* térkővekkel való összevetés útján indokolt. Az összbenyomását tekintve (méretében, színében, antikolt felületi kiképzésében) a kisméretű bontott téglára hasonlító és a sokoldalú felhasználhatósága mellett is elsődlegesen *térkő funkcióval* bíró termék (a továbbiakban TERMÉK) ezen szempontok szerint meghatározott termékcsoportban -a beton térkő-termékek közt - külső jegyei alapján jellegzetesnek minősül, ezen kiindulási elv figyelembevételével a TERMÉKNEK a fentebb meghatározott külső jegyei által

együttesen keltett összbenyomása a térkövek piacán való megjelenésekor egyedi jellegű kölcsönzött.

A jellegzetesség vizsgálatánál figyelembe vett termékkörnek ilyen módon való meghatározásából szükségszerűen következik az, hogy az árukülső jellegzetessége szempontjából, az alperes álláspontjával szemben, a perbeli esetben relevanciával bír a TERMÉK funkciója és anyaga is: a TERMÉK anyaga által determinált funkció és a forma szorosan összefonódó jegyeknek minősülnek.

Egy termék külső megjelenésének jellegzetessége azonban a jellegbitorlás megállapíthatósága körében nem önmagában, hanem abban az összefüggésben vizsgálendő, hogy erről az árukülsőről a versenytársat vagy annak áruját szokták-e felismerni. A jelen perben rendelkezésre álló adatok alapján az állapítható meg, hogy a fentebb részletezett jellegzetes külső megjelenéssel rendelkező áru már az alperes piacra lépésekor is jelen volt a beton térkő-termékek hazai piacán, hiszen a "A" Kft. Via Appia nevű antikolt térköve (a továbbiakban "A"-termék) a külső jegyeken alapuló összbenyomását tekintve ugyanezen ismérvekkel rendelkezett (11/A/43. sorszám alatt csatolt fényképek), azt a "A" Kft. már 2004-től hirdetések útján reklámozta Magyarországon (11/A/48. és 49. számú melléklet), árlistájában szerepeltette 2005-ben (7/A/37. számú irat) és 2006-ban (5/A/23. számú irat), a peradatok szerint legalább 2005-től kezdődően ténylegesen is értékesített belőle a magyar piacon (15/F/9.).

Megjegyzi az ítéletábra, hogy az alperes által hasonlóként hivatkozott további térkő-termékek a rendelkezésre álló peradatok szerint olyan lényeges eltéréseket mutatnak (külsőleg is megtapasztalhatóan különböző anyagukból-színükből, illetve a méreteltérésből adódóan nem kisméretű téglára emlékeztető alakjukból eredően), hogy az összehasonlítás körében nem kerülhetnek értékelésre.

Mivel a fentebb kifejtettek miatt a TERMÉK piacon való megjelenése nem a felpereshez kötődik, vizsgálendő volt az a kérdés, hogy a jelleg tekintetében azonosnak tekinthető "A"-termék a piacon ismertté vált-e, avagy időbeli elsőbbsége ellenére a piacon ismertté válása nem következett be.

A felperes által hivatkozott EBH 2003.861. számú eseti döntésben megfogalmazott elv az ítéletábra álláspontja szerint jelen perben nem volt irányadó. E döntés alapjául szolgáló tényállás szerint az adott per tárgyát képező árut (tetőcsomagtartót) a megalkotója kis mennyiségben, kizárólag egyedi megrendelések alapján, kisipari körülmények között gyártotta és semmiféle reklámtevékenységet nem folytatott. Ezen körülményekből kifolyólag tevékenysége és terméke a vásárlók széles körében nem vált ismertté. Ezzel szemben a felperesi áru piacra lépéséhez képest már évekkel korábban országos szaklapokban hirdetett, ténylegesen forgalomban lévő "A"-termék az ítéletábra álláspontja szerint még akkor sem minősíthető széles körben ismertté nem válnak, ha a forgalmazási adatok arról árulkodnak, hogy értékesítése viszonylag csekély mennyiségben valósult meg. Az ismertté válás megítélésénél a forgalmazási mennyiségek közötti kétségtelenül számottevő eltérés különösen elvesztette jelentőségét arra tekintettel, hogy a felperes saját előadása szerint is a saját áru nagyságrenddel nagyobb értékesített mennyiségének indoka elsődlegesen a lényegesen alacsonyabb értékesítési ár volt. Ez utóbbi körülmény ugyan döntően a felperes

(legalábbis viszonylagos) technológiai innovációjának következménye, ez azonban a jellegbitorlás megítélése szempontjából közömbös. E körben kiemeli az ítélet, hogy a felperes részben maga is arra alapította a reklámkampányát, hogy saját terméke az „ilyen különleges antikolt kő” eddigi árának harmadáért vásárolható meg (1/F/6. számú irat). Ez a reklámszlogen önmagában feltételezi a másik, drágább, de azonos jellegű áru piaci jelenlétét és ismertségét.

A fentiek alapján megállapítható, hogy az alperes termékének piacra juttatásakor az adott termékfajta jellegzetes árukülsője nem a felpereshez volt köthető. Az adott jellegzetességekkel bíró térből több gyártó által előállított termék volt a piacon, melyek közül a felperesi termék lényegi elkülöníthetőségét nem az árukülső, hanem a lényegesen alacsonyabb ár tette lehetővé, a felperesi terméket ez különböztette meg a már piacon lévő terméktől. Ez a különbség azonban a jellegbitorlás tekintetében nem bír relevanciával. Mindezekből pedig az következik, hogy az összehasonlítást tekintve (méretében, színében) a kisméretű bontott téglára hasonlító antikolt beton térkő kategóriájában a felperes terméke nem rendelkezik további olyan külső jellegzetességgel, mely a versenytársak árujától való megkülönböztetésre alkalmassá teszi, tehát a jellegbitorlás valamennyi feltétele nem áll fenn. Ezzel kapcsolatosan az ítélet az elsőfokú bírósággal egyezően kiemeli, hogy a perrel érintett termékek külső jegyei alapján való összetéveszthetőségének megítélése, az adott külső jellegzetességek minősítése, továbbá a perben csatolt reklámanyagok és forgalmazási adatok mellett az adott piacon való ismeretség megítélése sem kívánt meg olyan különleges szakértelmet, amely a Pp. 177. §. (1) bekezdésében írtakra figyelemmel szakértői bizonyítás lefolytatását tette volna szükségessé.

A másodfokú bíróság mellőzte a fellebbezési eljárás során a felperes által csatolt vásárlói, illetve kereskedői vélemények részletes vizsgálatát és értékelését is. E tekintetben osztotta az alperes azon álláspontját, hogy erre eljárás jogi lehetőséget a felperes ezirányú hivatkozása ellenére sem biztosít a Pp. 235. §. (1) bekezdése, hiszen semmi nem akadályozta meg a felperest abban, hogy az ilyen jellegű bizonyítékok beszerzéséről (a kérdőívek kitöltéséről) már az elsőfokú eljárás során gondoskodjék. Az ítélet ugyanakkor a felperes hatályon kívül helyezés iránti fellebbezési kérelme körében emeli ki, hogy kizárólag a jellegbitorlás jogszabályi előfeltételeinek együttes fennállása esetén lenne alapos a kereset, bármelyik feltétel hiánya a kereset elutasítását alapozza meg, ilyen esetben a további feltételek érdemi vizsgálatára, e körben további bizonyítás lefolytatására nincs szükség, ennek elmulasztásával eljárásjogi szabálysértés nem valósul meg.

Ezzel összefüggésben megállapítható, hogy az alperesnek az ítélet indokolásával kapcsolatosan előterjesztett csatlakozó fellebbezési kérelme is alaptalan. Abban az esetben, ha az elsőfokú bíróság a peradatok számbavétele útján a keresetet elutasító döntést ítéli megalapozottnak, úgy nem követ el eljárási szabálysértést, ha ugyanakkor a kereset elutasításának alátámasztása érdekében előterjesztett további alperesi bizonyítékok érdemi értékelését, mint szükségtelent mellőzi. Ezzel együtt azonban az értékelni mellőzött bizonyítékok beszerzésével kapcsolatosan felmerült költség a Pp. 75. §. (1) bekezdése szerinti, célszerű és jóhiszemű pervittel kapcsolatosan felmerült költségként minősíthető, amennyiben ezen bizonyítékok elviekben, jellegüknél fogva alkalmasak lehetnének arra, hogy azokat az elsőfokú bíróság a per eldöntéséhez szükséges releváns körülmények

feltárása körében értékelje. A perbeli esetben az alperes által beszerzett piackutatás megállapításai ebbe a körbe tartoznak, e tekintetben az ítéletábra maradéktalanul osztotta az alperes csatlakozó fellebbezésében kifejtett jogi álláspontot, azokat megismételni nem kívánja.

A kifejtettekre figyelemmel az ítéletábra az elsőfokú ítéletet a Pp. 253. §. (2) bekezdés alapján a per főtárgya tekintetében - az indokolás részbeni módosításával - helyben hagyta, míg az alperes javára megítélt elsőfokú perköltség összegét részben megváltoztatta, azt az alperes által beszerzett piackutatás költségének összegével emelte fel.

A felperes a fellebbezési eljárásban mind saját fellebbezése, mind pedig az alperes csatlakozó fellebbezésének lényege tekintetében pervesztesnek minősül, így a Pp. 78. §. (1) bekezdése alapján köteles megfizetni az alperesnek a 32/2003. (VIII.22.) IM rendelet 2. §. (1) bekezdése által megállapított másodfokú perköltséget, mely a Gf.7/A/1. alatt csatolt költségkimutatás szerint az ÁFA-t is magában foglaló 613.500,-Ft ügyvédi munkadíjból, továbbá a 66.000,-Ft lerótt csatlakozó fellebbezési eljárási illetékből áll. A felperes maga köteles viselni a fellebbezési eljárásban felmerült költségeit.

Győr, 2013. június 6. napján

Dr. Zámbo Tamás sk.
a tanács elnöke

. Maurer Ádám sk.. Vass Mária sk.
előadó bíró

bíró

A kiadmány hitelül:
Kiadó:

Az ügy tömör összefoglalása:

A jellegbitorlás versenyjogi tilalmának vizsgálata során az adott áru külső jellegzetességének fennálltát nemcsak külső megjelenése, hanem rendeltetése tekintetében is azonos termékfajtához viszonyítva kell értékelni. Az adott piacon évekkel már korábban ténylegesen forgalomba helyezett és országos szaklapokban hirdetett építőipari termék abban az esetben is széles körben ismerté vált árunak minősül, ha az azonos jellegű áru későbbi piacra lépéséig - elsősorban a magasabb ára miatt - csekély mértékben került ténylegesen forgalmazásra.

Alkalmazott jogszabályok:
1996. évi LVII. törvény 6. §.

