

A Fővárosi Ítéltábla a Sár és Társai Ügyvédi Iroda által képviselt felperesnek a Bérczes Ügyvédi Iroda által képviselt alperes ellen tisztességtelen piaci magatartás, jellegbitorlás megállapítása és jogkövetkezményei iránt indított perében a Fővárosi Törvényszék 2017. április 5. napján kelt 30.G.43.068/2016/18. számú ítélete ellen az alperes által előterjesztett fellebbezés folytán indult másodfokú eljárásban, amelyhez a felperes csatlakozó fellebbezést terjesztett elő, meghozta az alábbi

í t é l e t e t:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletének nem fellebbezett részét nem érinti, fellebbezett rendelkezését részben megváltoztatja és az alperest kötelezi arra, hogy nyilvános elégtételadásként 30 napon belül saját költségén fizetett hirdetésként tegye közzé az elsőfokú ítélet rendelkező részének a jogsértés megállapítására vonatkozó első bekezdését a Magyar Hírlap nevű országos napilapban egyszeri alkalommal 1/3 oldalon, 20-as betűméretet és Times New Roman betűtípust használva, fekete keretben elhelyezve, valamint a HVG hetilapban egyszeri alkalommal ½ oldalon, 20-as betűméretet és Times New Roman betűtípust használva, fekete keretben elhelyezve.

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét egyebekben helybenhagyja.

Kötelezi az alperest, hogy fizessen meg a felperesnek 15 napon belül 307.275 (háromszázhetezer-kettőszázhetvenöt) forint másodfokú perköltséget.

Az ítélet ellen fellebbezésnek nincs helye.

I n d o k o l á s

1.

A felperes végleges keresetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 2. §-a, 6. §-a és 86. § (2) és (3) bekezdései alapján annak a megállapítását kérte a bíróságtól, hogy az alperes azzal a magatartásával, hogy az „O..... set” megnevezésű készletbe tartozó, a keresetében egyenként és cikkszámokkal megjelölt kávéscsésze és csészealj, cukortartó, tejeskanna termékeit a hozzájárulása nélkül a „H. N. B. ” elnevezésű teáskészletének részét képező, és a keresetlevélben egyenként cikkszámokkal is megjelölt csészével és csészealjjal, tejeskannával és fedeles cukortartóval azonos, illetve azokhoz összetéveszthetőségig hasonló jellegzetes külsővel, formával forgalomba hozta és reklámozta, gazdasági tevékenységét vele szemben tisztességtelenül gyakorolta és ezzel a Tpv. 6. §-ába ütköző jellegbitorlást valósított meg. Jogkövetkezményként egyebek mellett kérte az alperes nyilvános elégtétel adására kötelezését oly módon, hogy saját költségén tegye közzé a jogerős ítélet rendelkező

részét fizetett hirdetés formájában a Magyar Hírlap nevű országos napilapban, a HVG hetilapban, a www.hvg.hu <<http://www.hvg.hu>> és a www.index.hu <<http://www.index.hu>> URL címen elérhető online újságok főoldalán. Keresetében pontosan megjelölte, hogy a közzétételt hogyan és milyen formában, milyen betűtípussal kéri. Ezen túl az alperes saját honlapjának (www....home.com <<http://www....home.com>>) nyitó oldalán legalább 60 napon keresztül megszakítás nélkül, megjelölt formában is kérte ennek a közzétételét.

Előadta, hogy 1997. óta kizárólagos gyártója és forgalmazója a **B. P.** képzőművész által tervezett perbeli teás- és kávéskészlet termékeknek, melyek saját termékeként világszerte ismertek, azokat a fogyasztók egyértelműen hozzá kötik. A termékeket 1997-ben tervezte és hozta forgalomba, azóta 4500 darabot értékesített, interneten és saját boltjaiban reklámozza és forgalmazza. 2016. január 20. napján tudott tudomására, hogy az alperes által üzemeltetett magyarországi és osztrák ... Home üzletekben és a www.z <<http://www....home.com>>arahome.com <<http://www....home.com>> nemzetközi honlapon elérhető webáruházban a perbelivel összetéveszthetőségig hasonló alperesi készletet kínálják megvételre és reklámozzák.

2.

Az alperes védekezése a kereset elutasítására irányult, vitatta a jogsértés megvalósulását, hangsúlyozta, hogy a felperes megkeresését követően termékeit azonnal levette a polcokról és megkísérelte a peren kívüli megegyezést. Vitatta a Tptv. 6. §-ában foglalt feltételek fennállását, mert hiányzik az a jellegzetes külső, ami alapján a terméket a felperesével azonosítanák, és a Google keresés eredménye is számos, hasonló alakú és áttört mintázatú, ívelt fülformájú terméket mutat, továbbá a peres felek nem versenytársai egymásnak, mert a felperesi termékek eltérő fogyasztói kör igényeit elégítik ki. A követelt szankciókkal kapcsolatosan hangsúlyozta, hogy a saját termékéből összesen 7 darab került eladásra, ebből 3-at a felperes maga vásárolt, és a ...home.com honlapon történő értékesítés nem hozzá köthető.

3.

Az elsőfokú bíróság ítéletével megállapította, hogy az alperes azon magatartásával, hogy az „**O..... set**” megnevezésű készletbe tartozó, „**O... Coffe Cup and saucer**” elnevezésű, ... 10002196. cikkszámú kávéscsésze és csészealj, az „**O... Sugar bowl**” elnevezésű, ... 10003159. cikkszámú cukortartó, valamint az „**O... milk pitcher**” elnevezésű, ... 10001166. cikkszámú tejeskanna termékeit a felperes hozzájárulása nélkül a felperes „**H. N. B.**” elnevezésű teáskészletének részét képező, 4754.00 cikkszámú csészével és csészealjjal, a 4758.00 cikkszámú tejeskannával, valamint a 4757.00 cikkszámú fedeles cukortartóval azonos, illetve azokhoz összetéveszthetőségig hasonló jellegzetes külsővel, formával forgalomba hozta és reklámozta, gazdasági tevékenységét felperessel szemben tisztességtelenül gyakorolta, és ezzel a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény 6. §-ába ütköző jellegbitorlást valósított meg. Az alperest a fenti jogsértő cselekmény további gyakorlásától eltiltotta és kötelezte arra, hogy szolgáltatson adatot a jogsértéssel érintett áruk előállításában, forgalmazásában résztvevőkről, és az ilyen áruk terjesztésére kialakított üzleti kapcsolatokról. Elrendelte a jogsértéssel előállított és forgalomba hozott, raktáron lévő és kereskedelmi forgalomból visszahívott termékek 15 napon belüli megsemmisítését, valamint 24.382 forint megfizetésére kötelezte az alperest, míg ezt meghaladóan a keresetet elutasította.

3.1.

Az ítéletben tényként állapította meg, hogy a felperesi társaság főtevékenysége a háztartási kerámia gyártása, tevékenységi körébe tartozik egyebek mellett a textil, bútor, világítási eszköz, stb. kiskereskedelme. Az alperesi társaság főtevékenysége a bútor, világítási eszköz, egyéb háztartási

cikk kiskereskedelme, de ide tartoznak további, a felperesével megegyező egyéb tevékenységek is.

A felperes mint hasznosító 1997. december 11. napján felhasználási szerződést kötött **B. P.** képzőművésszel mint alkotóval, amely alapján a művész kizárólagos felhasználási engedélyt adott területi és időbeli korlátozás nélkül a felperesnek arra, hogy a szerződésben meghatározott perbeli alkotásokat porcelánból reprodukálja, sorozatgyártsa és azokat értékesítse. A szerződés alapján teljes körű gyártási, kereskedelmi és forgalomba hozatali jogot adott a felperesnek. A megállapodás a kereseti kérelemben megjelölt és termékszámokkal is azonosítható kávé és tea készletre terjedt ki.

Az alperes 2016. január 4-től 2016. február 17. napjáig terjedő időszakban a perrel érintett kávéscsészéből és csészealjából 5 darabot (egyenként bruttó 3.995 forint összegben), a tejeskannából 1 darabot (bruttó 4.995 forintért), a cukortartóból 1 darabot (5.995 forintért) értékesített, amelyből így nettó 24.382 forint összegű árbevétele keletkezett. A termékekből összesen további 20 darabot tartott készleten, melyek közvetlenül a spanyol anyavállalattól, a ... Home Espana S.A. társaságtól érkeztek hozzá számla ellenében. Az alperesi termékek forgalmazására és reklámozására a magyarországi és ausztriai üzletekben, valamint a www....home.com <<http://www....home.com/>> nemzetközi honlapon került sor. A ...home.com domain nevet az ..., S.A. megnevezésű ..., S.A.) társaság regisztrálta.

3.2.

Az elsőfokú bíróság az ítélet jogi indokolásában rögzítette, hogy a felperesi keresetet a Tpvt. 2. §-át megelőzően elsődlegesen a Tpvt. 6. §-a alapján vizsgálta, amely a szolgai utánzással létrehozott termékek forgalmazásával és reklámozásával kapcsolatos jogsértésről, a jellegbitorlásról rendelkezik, ami csak valamennyi konjunktív feltétel fennállása esetén állapítható meg. Nem volt vitatott a felek között, hogy a perbeli termékek megfelelnek a forgalomképes ingó dolog kritériumának és az sem, hogy a felperes az állított alperesi tevékenységhez nem adta hozzájárulását. A továbbiakban a versenytársai minőséget vizsgálta, melynek fogalmát a Tpvt. egyértelműen nem határozza meg. A Tpvt. 86. § (2) bekezdése szerint az érdekelt az ott nevesített jogkövetkezmények alkalmazását követelheti, így abból indult ki, hogy a versenyjogot sértő (jellegbitorló) piaci magatartás csak az adott piacon valamely tevékenységet kifejtő, a gazdasági versenyben érdekelt versenytárs sérelmére tanúsítható, és a jogsértés miatt is csak a versenyben érdekelt versenytárs léphet fel. A felek tevékenységével érintett azonos piac fogalmát a Tpvt. tárgyi hatálya alapján látta megállapíthatónak, amelyre a Tpvt. 1. § (1) bekezdése ad iránymutatást, valamint a BH2011. 39. szám alatt közzétett eseti döntés indokaira utalt. A cégnyilvántartás adatai alapján megállapította, hogy mivel az alperes bejegyzett tevékenységi körének jelentős része a felperesi társaság tevékenységi körébe tartozik, a felek ugyanazon a piacon a gazdasági versenyben érdekelt vállalkozásnak minősülnek. Rögzítette, hogy a piaci azonosság megállapíthatóságának nem a termékek iránt érdeklődő vásárlói fogyasztói kör teljes megfelelősége a feltétele, mivel egymáshoz nagyon hasonló termékek esetén is fennállhatnak olyan körülmények (pl.: az előállított termék anyaga, ára stb.) amelyek a vásárlóközönség heterogenitását eredményezik.

A perbeli termékek jellegzetes külsőben megnyilvánuló hasonlósága körében osztotta az alperes álláspontját, hogy az a fogyasztókra gyakorolt összbenyomás alapján vizsgálendő, de nem értett egyet azzal, hogy önmagában az a körülmény, hogy a felperesi termékek az összbenyomás szempontjából (esetlegesen) nem emelkednek ki a piacon található termékek közül kizárná a törvényi feltétel megállapíthatóságát. Kiemelte, hogy a Tpvt. 6. §-ában meghatározott jellegzetes külső megítélésénél annak van jelentősége, hogy az alperes termékeit szemlélve a fogyasztók az előbbire, azaz a felperes termékeire asszociálnak-e. A felperesi termékek egyediségét az alperes érdemben nem tette vitássá, mivel maga is utalt arra, hogy a termékek eredeti alkotója, szerzői jogi

jogosultja **B. P.** . Azok tehát nem vitásan szerzői jogi védelem alatt álló ipari tervezőművészeti alkotások, amelyekre a felhasználási szerződés alapján a felperes kizárólagos felhasználási engedélyt kapott. A jellegzetes külsőt, amit a felperes a díszítés és a forma sajátosságaira alapított, szakértő közreműködése nélkül, szemrevételezés alapján is megállapíthatónak találta. Részletesen rögzítette azokat a tényeket, amelyek a hasonlóságot alátámasztják, valamint, hogy a szemrevételezés alapján egyértelmű, hogy az alperesi termékek a fogyasztóra gyakorolt összbemutató, de akár valamennyi elemük tekintetében is az összetéveszthetőségig hasonlóak a felperesével annak ellenére, hogy e körben a hasonlóságnak nem kell 100%-osnak lennie. Kétségtelenül megállapíthatónak találta tehát mind az összhatás, mind az egyes elemek tekintetében az egyezőséget.

Kitért a piaci ismertség, az igazolt piaci jelenlét kapcsán az alperes védekezésében foglaltakra, amely értelmében ezt megalapozó körülmény a jelentős marketing tevékenység, vagy a forgalmi adatok alapján igazolt jelentős piaci részesedés lehet. A felperes alapvetően az előbbire hivatkozott, azonban saját honlapja látogatottságának volumenét és a katalógusának példányszámát nem igazolta, de e reklámozási felületek alkalmazását az alperes nem tette vitássá. Annak megítélésénél, hogy a felperes saját kialakítású reklámfelületén való megjelenés elegendő-e a piaci ismertség igazolására, jelentőséget tulajdonított a perbeli termékek jellegének és rendeltetésének. Nem vitatottan a felperes kézi megmunkálású porcelántermékeket forgalmaz, melyek árfekvése jellemzően magasabb a hasonló rendeltetésű tömegtermékeknél, ezért a vásárlóközönsége is szűkebb, ez eredményezi a reklámtevékenység szűkebb fórumát. A felperesi társaság tevékenysége és forgalmazott termékeinek jellege azonban közismert, amit az alperes sem vont kétségbe, így ezt elegendőnek találta a piaci ismertség bizonyítására. A jogsértés megállapítása kapcsán hangsúlyozta, hogy nincs jelentősége a tilalmazott tevékenység mértékének és súlyának, ilyen feltételt a Tpv. nem támaszt, az a jogkövetkezmények alkalmazása során bírhat jelentőséggel.

A Tpv. 86. § (2) és (3) bekezdéseire alapított jogkövetkezmények iránti kereseti kérelmek közül a Tpv. 86. § (2) bekezdés b), d) és f) pontjára alapított kérelmeket találta megalapozottnak, kisebb mértékben alaposnak a 86. § (3) bekezdésének a) pontjára alapított igényt, míg a 86. § (2) bekezdés c) és e) pontja szerinti kereseteket (elégtételadás, sérelemdíj) elutasította. A nyilvános elégtételadás szankcióját indokolatlannak ítélte, mivel részben egyetértett az alperes álláspontjával, hogy a jogsértés csekély intenzitása és a felperesi érdeksérelem hiánya nem indokolja a fogyasztók tömegeinek tájékoztatását. A nyilvános elégtételadás szankciós és preventív jellegű, olyan meghatározott magatartásra kötelezés, melynek révén a jogsértés nyilvánosságot kap, így az országos terjesztésű sajtótermékekben és a világhálón történő közzététel aránytalan lenne figyelembe véve, hogy a termékek reklámozása sem ezeken a fórumokon történt, és azt a jogsértés csekély jellege és a reklámtevékenység korlátozott publicitása sem indokolja. Nem látott lehetőséget a www....home.com <<http://www....home.com/>> honlapon történő közzététel elrendelésére sem, mivel a felperes nem vonta kétségbe, hogy ezen a honlapon az áruk forgalmazója nem az alperes, hanem a ... Home by Fashion Retail S.A. nevű spanyol székhelyű cég. Egyezett a felek nyilatkozata abban is, hogy a honlapot nem az alperes üzemelteti, így egy perben nem álló, az alperestől elkülönült jogalany kötelezésére perben állása hiányában nincs lehetőség. Figyelembe vette, hogy az érintett honlapon történő forgalmazás és reklámozás nem kizárólag Magyarország területén valósult meg, így az elégtételadásnak megfelelő közzétételre a Tpv. 1. § (1) bekezdése alapján a bíróságnak nincs hatásköre, ami szintén kizárta e jogkövetkezmény alkalmazását.

4.

Az elsőfokú ítélettel szemben az alperes fellebbezést, a felperes csatlakozó fellebbezést terjesztett

elő.

5.

Az ítélet marasztaló részével szemben annak megváltoztatása iránt előterjesztett fellebbezésében az alperes a kereset teljes elutasítását és a felperes első- és másodfokú perköltségben marasztalását indítványozta. Fellebbezése elsősorban a jogsértés megállapítására vonatkozó rendelkezést érintette a megállapításhoz szükséges egyes tényállási elemek bizonyítottságának hiányára hivatkozással, melytől függetlenül az ítéletnek a jogkövetkezményekkel kapcsolatos részét helyesnek találta. Álláspontja szerint az elsőfokú bíróság a tényállást csak részben tárta fel, illetve a megállapított tényállásból részben helytelen jogi következtetéseket vont le, mert a Tpvt. 6. §-a alkalmazása szempontjából tévesen állapította meg, hogy a peres felek egymás versenytársai. Figyelmen kívül hagyta az érintett piac Tpvt. 14. §-ában definiált fogalmát, azt a keresleti és kínálati szempontokra tekintet nélkül, pusztán a felek cégjegyzékbe bejegyzett tevékenységi körei azonossága alapján állapította meg. A felperesi termékek jellegzetes külsejét is a tényleges piaci viszonyok figyelmen kívül hagyásával, a piaci kínálat többi részével való összehasonlítás nélkül állapította meg és a minősítés szempontjait tévesen a szerzői jogi védelemmel azonosította. Alaptalanul következtetett a per tárgyát képező felperesi termékek érintett piacon való ismertségére egyéb bizonyíték hiányában mindössze abból a tényből, hogy azok a felperes saját katalógusában megtalálhatók. Hangsúlyozta, hogy a Tpvt. 6. §-ában foglalt törvényi tényállás arra az esetre szolgál, ha egy vállalkozás tisztességtelenül akarja kihasználni a versenytársnak a saját terméke ismertté tétele érdekében vállalt jelentős anyagi és eszmei ráfordításának eredményét. Nem a termék pusztá hasonlósága és nem a pusztá piaci jelenlét alapozza meg a jogvédelmet, hanem az, ha a terméket a versenytárs a piacon ténylegesen ismertté tette. Ennek hiányában legfeljebb más jogágak szankciói jöhetnek szóba, a szerzői jogsértés, vagy formatervezési mintaoltalom megsértése – amennyiben ennek egyéb feltételei fennállnak – de utóbbiak esetén nincs jelentősége a piaci viszonyoknak vagy a piaci ismertségnek, ami az alapvető különbséget jelenti a más jogági tényállásokhoz képest.

A Tpvt. 6. §-ában foglalt jogsértés megállapításához szükséges tényállási elemek közül a versenytársi minőség, a jellegzetes külső és a piaci ismertség fennállását vitatta. Az első esetben hangsúlyozta, hogy az elsőfokú bíróság túlságosan leegyszerűsítve jutott arra a következtetésre, hogy a felek egymás versenytársai mindössze arra tekintettel, hogy mindkét fél magyarországi székhellyel rendelkezik és Magyarországon fejti ki gazdasági tevékenységét, valamint, hogy a cégjegyzékbe bejegyzett tevékenységi körök között találhatók azonosak. Tévesen nem tulajdonított jelentőséget annak, hogy a felperes alapvetően eltérő fogyasztói kört céloz a termékeivel és alapvetően eltérő fogyasztói igényeket kíván kielégíteni. A felperes egyedi, kézi készítésű luxustermékeket forgalmaz állandó készlettel, míg az alperes tömegterméket értékesít rövid időközönként változó, szezonális jelleggel és árukészlettel. Az értékesítés körülményei és a termékek árszintjei is lényegesen eltérnek. Ezeket az elsőfokú bíróság teljes egészében figyelmen kívül hagyta, és helytelenül azonosította az érintett piacot a Tpvt. tárgyi hatályával, amely körében a hivatkozott BH2011. 39. számú eseti döntésnek nem volt jelentősége. A versenytársi minőség szorosan kapcsolódik az érintett piachoz, ami nem eredményezheti azt, hogy bármilyen jogsértés vizsgálata során a teljes magyarországi piacot kell annak tekinteni függetlenül attól, hogy az adott ügyben milyen konkrét árurol vagy szolgáltatásról van szó. A kartelljog részeként a Tpvt. 14. §-a ténylegesen meghatározza az érintett piac fogalmát, amit az adott esetben is figyelembe kell venni, így azt a 14. § (2) bekezdése alapján nem csak a földrajzi területre, hanem a szóban forgó árukra, szolgáltatásokra is figyelemmel kell meghatározni. Az adott esetben így a jogsértő vállalkozás által forgalmazott árukat kell összevetni a jogsértést elszenvedő vállalkozás által forgalmazott árukkal, s a földrajzi szempont mellett ez alapján kell állást foglalni abban, hogy a felek versenytársai-e egymásnak. Jelentősége van annak is, hogy a felek áruai helyettesíthetők-e egymással, azaz, hogy

azonos fogyasztói igényeket elégítenek-e ki, mivel a törvény külön mérvadó szempontként nevesíti a felhasználási célt és az árat. Az adott esetben a jelentős árkülönbség és a megcélzott, eltérő fogyasztói igények alapvetően eltávolítják egymástól a felek árui, amelyre tekintettel a peres felek nem azonos érintett piacon tevékenykednek. Külön kiemelte a Tpvt. rendelkezésében a keresleti és kínálati helyettesíthetőség szempontját, ami az adott esetben sem állapítható meg, hiszen a felperes kézi készítésű, luxus porcelán termékeket forgalmaz kiemelkedően magas áron, amíg az alperes nem exkluzív lakberendezési tömegcikkeket, melyek ára jelentősen alacsonyabb. Ezen szempontok alapján így az a következtetés vonható le, hogy a peres felek egymásnak nem versenytársai.

A jellegzetes külső tekintetében arra hivatkozott, hogy az elsőfokú bíróság félreértette nyilatkozatát, mivel álláspontjának a lényege az volt, hogy a jellegzetes külsőt nem önmagában kell értékelni. A termék jellegzetes külsővel akkor rendelkezik, ha a fogyasztók a piacon jelen lévő többi hasonló termék közül felismerik és összekapcsolják a felperessel, illetve annak termékével. Az adott esetben a felperes termékei nem rendelkeznek ilyen jellegzetes külsővel. A felperes által csatolt Google keresési eredményekre és fényképekre utalt, amelyen számos áttört mintázatú, henger alakú, ívelt fülformájú porcelán kávé- és teáskészlet látható. Sérelmezte, hogy az elsőfokú bíróság ezt az összevetést nem végezte el és tévesen tulajdonított jelentőséget annak, hogy a felperesi termékek formatervei akár szerzői műnek is minősülhetnek, mivel a szerzői jog a piactól független jogi védelmi forma. A Tpvt. 6. §-a szerinti jogvédelem csak akkor illeti meg a versenytársat, ha az általa forgalmazott terméket a piacon a fogyasztók a teljes kínálat részeként és a kínálat többi részéhez képest jellegzetesnek értékelik, és valóban felismerik mint az adott piaci szereplő termékét.

Ehhez szorosan kapcsolódik a piaci ismertség mint további tényállási elem, amelyet álláspontja szerint az elsőfokú bíróság ugyancsak tévesen állapított meg. A piaci ismertséghez felperesnek legalább a kiterjedt jelentős marketing tevékenységet, vagy a jelentős mennyiségű eladási adatot kellett volna bizonyítania, önmagában nem elegendő annak igazolása, hogy a termékek kiskereskedelmi forgalomban kaphatók. A felperes mindössze egy Japánban megtartott múzeumi kiállításra, termékeinek saját internetes és nyomtatott katalógusában való feltüntetésére, továbbá arra hivatkozott, hogy 1997. óta állítólagosan 4500 darabot értékesített, ezt azonban semmivel nem igazolta. Az elsőfokú bíróság kirívóan okszerűtlenül értékelte úgy, hogy a termék piaci ismertsége fennáll mindössze abból a tényből következően, hogy azok a saját katalógusában szerepelnek arra is figyelemmel, hogy a termék jellege és a fogyasztói közönség szűkebb köre miatt a kisebb mértékű reklámtevékenység is eredményezhet piaci ismertséget. Álláspontja szerint azonban a luxustermékeket sem kell kevésbé reklámozni ahhoz, hogy ismertek legyenek a vásárlók körében, így legalább azt kellett volna igazolni, hogy a katalógus milyen módon és mértékben ismert a felperes potenciális vásárlóközönsége előtt. Az adott ügyben nem általában a felperesi társaság tevékenységének és termékei jellegének közismertsége a releváns tényező, hanem a per tárgyává tett terméknek a piaci ismertsége, azaz, hogy az adott terméket felismerik-e az érintett piacon a releváns fogyasztók úgy, mint a felperes termékét.

6.

A felperes csatlakozó fellebbezésében kérte az elsőfokú ítélet nyilvános elégtétel adására vonatkozó elutasító részének a kereseti kérelme szerinti megváltoztatását. Egyetértett azzal a megállapítással, hogy a nyilvános elégtételadás célja lehet a jogsértő versenytárs elriasztása a jogsértés megismétlésétől. A kézzel készített, hungarikumnak számító termékei kiemelt jelentőséggel bírnak, az elkövetett jogsértés ellen, ezért preventív célzattal is fel kell lépni, mert a termékek szolgai másolásával a herendi porcelánok értéke és a termék minőségébe vetett fogyasztói bizalom jelentősen csökkenne, a megmunkálásába fektetett munkaórák értéktelenné válnának. Sérelmezte, hogy a jogsértés csekélyebb bizonyított mértéke miatt az elsőfokú bíróság nem látta indokoltnak a

nyilvános elégtételadást. A jogsértés volumenének alacsonyabb foka az alperesi tevékenységből, illetve az általa alkalmazott, ún. fast fashion modell sajátosságából, annak idényjellegéből, valamint abból fakad, hogy amint észlelte a jogsértést, megtette a szükséges lépéseket. Utalt azonban arra, hogy az alperes anyavállalatának online webáruházában a www....home.com <<http://www....home.com>> oldalon a lehető legszélesebb körben ajánlották forgalmazásra az alperesi terméket, így a figyelembe vett terméken felül jelentősebb mennyiségben kerültek forgalmazásra, értékesítésre és reklámozásra. A www....home.hu <<http://www....home.com>> weboldal átirányít a www....home.com <<http://www....home.com>> honlapra, ahol a ... Home teljes, éppen aktuális készlete elérhető a fogyasztók számára a világ bármely részéről, számos nyelvi változatban, így magyarul is. Ezért mindkét honlapon és a nyomtatott sajtóban is sor kerülhet nyilvános elégtételadásra a szankció preventív jellegére, az alperesi jogsértés és a reklámozási tevékenység egész világra kiterjedő volumenére figyelemmel. Az alperesi társaság speciális helyzete, a spanyolországi Inditex cégcsoporthoz való tartozása önmagában megalapozza a www....home.com <<http://www....home.com>> oldalon való közzététel lehetőségét, mellyel minden további költség nélkül eleget tud tenni az elégtételadás szankciójának. Ennek hiányában fenntartotta eredeti kereseti kérelmét és másodlagosan a megjelölt napi-, illetve hetilapban, valamint online újságokban kérte a nyilvános elégtételadásra kötelezését az alperesnek fizetett hirdetés formájában.

7.

A felperes fellebbezési ellenkérelme egyebekben az elsőfokú ítélet helybenhagyására és a másodfokú perköltségben marasztalásra irányult. A felmerült perköltség igényét 436.750 forintban jelölte meg, ebből bruttó 234.950 forintot a csatlakozó fellebbezés és a fellebbezés folytán, 177.800 forintot a fellebbezési ellenkérelem előterjesztésével felmerült ügyvédi munkadíjként, 24.000 forintot pedig a lerótt illetékre tekintettel készkiadásaként határozott meg. Kifejtette, hogy a peres felek versenytársak a releváns piacon, mert nem feltétel a termékek iránt érdeklődő vásárlói, fogyasztói kör teljes megfelelése. A jogsértés alacsony minőségű és olcsó termékkel is megvalósulhat, mert a jogintézmény lényege veszne el azzal, ha az eredeti és a jogsértő termék közötti, kellően nagy árbeli és minőségbeli különbség elegendő volna a versenytársi minőség hiányának a megállapításához. Racionális fogyasztói magatartás lehet az, hogy a fogyasztó a sokkal olcsóbb, de alapvetően azonos felhasználási célt szolgáló és megjelenésében a felperesi terméket szolgáian utánzó alperesi termékkel helyettesíti a magasabb árfekvésű felperesi terméket, így annak, hogy a helyettesíthetőség fordított irányban is fennáll-e, nincs jelentősége. Érvelése szerint az érintett piac Tpv. 14. §-ában meghatározott fogalma a jellegbitorlási ügyekben nem alkalmazható. A jellegzetes külsőt nem a piaci kínálat egyéb termékeivel való összehasonlítás alapján lehet meghatározni, hanem a fogyasztók tudatában kialakuló képnek van jelentősége (BH2014. 5452.). Az elsőfokú bíróság a per tárgyalásán szemle útján győződött meg a termékek jellegzetes külsejéről, s csak kiegészítésként érvelt azzal, hogy az az egyedi művészi tervezésből, **B. P.** művész egyéni, eredeti jellegű formavilágából is adódik. A termékei az alperes által sem vitatottan közismertek, és az elsőfokú bíróság a bírói gyakorlat által elfogadott módon a felperesi társaság tevékenységének jellemzőit is figyelembe véve állapította meg, hogy a termékek az adott piacon a fogyasztók körében ismertek. Az ilyen termékek különlegessége és a nagyfokú érdeklődés miatt a luxuscikkek gyártói sokszor nem kényszerülnek kiterjedt és agresszív reklámtevékenység folytatására.

8.

Az alperes a csatlakozó fellebbezéssel szemben előterjesztett ellenkérelmében továbbra is az ítéletnek kizárólag a fellebbezésben foglaltak szerinti megváltoztatását és a felperes perköltségben marasztalását indítványozta a jogi képviselő 1.646.046 forint ügyvédi munkadíjának és 48.000 forint megfizetett fellebbezési illetéknek a figyelembevételével.

A csatlakozó fellebbezésben előadottakkal szemben az egységes bírói gyakorlatra hivatkozott, amely a nyilvános elégtételadást nem tekinti a jogsértés automatikus szankciójának, az csak akkor ítéltető meg, ha az eset összes körülménye azt indokolja, így különösen a jogsértés és az azzal okozott hátrány súlya. Ezek a körülmények azonban az ő esetén nem állnak fenn, mert csak 27 darab terméket tartott készleten, kifejezetten csekély mennyiséget értékesített, összesen 7 darabot, amiből hármat a felperes vásárolt meg, egyet pedig **B. P.** . A termékeket semmilyen módon nem reklámozta, és nem merült fel, hogy bármikor visszaélt volna a szezonális termékkínálattal. Az adott perben kizárólag az alperesi magatartás vizsgálható, ezért irreleváns, hogy a Magyarországon kívüli piacokon értékesítették-e a perben vitatott terméket, és hogy azokat más piacok fogyasztói látták-e a www....home.com <<http://www....home.com/>> honlapon, melynek tartalmát és az ott végzett gazdasági tevékenységet nem lehet figyelembe venni. A felperes által kért kötelezés, a www....home.com <<http://www....home.com/>> honlapon történő közzététel egyrészt aránytalan, eltúlzott, indokolatlan és szükségtelen szankció lenne, másrészt végrehajthatatlan, mivel e honlap üzemeltetője mindenki számára elérhető hirdetési szolgáltatást nem nyújt. Nem jogosult arra, hogy bármilyen közlemény közzétételét kérje, és a honlap perben nem álló üzemeltetőjét sem kötelezi semmilyen jogi norma, hogy egy ilyen kérésnek eleget tegyen. A több hazai nyomtatott és online médiában történő megjelenésre kötelezés szintén eltúlzott és indokolatlan lenne a jelentéktelen mennyiségű forgalmazásra tekintettel, ami már aránytalan büntetést, megtorlást jelentene és jelentősen túlmutatna a nyilvános elégtételadás szankciójának a jogalkotó által elérni kívánt célján.

9.

Az elsőfokú ítéletnek jogerőre emelkedett a sérelemdíjra irányuló keresetet elutasító, valamint a vagyoni gazdagodás visszatérítésére vonatkozó keresetet részben elutasító döntése a Pp. 228. § (4) bekezdés utolsó fordulata szerint, így a másodfokú eljárás e rendelkezéseket nem érintette.

10.

Az alperes fellebbezése nem alapos, a csatlakozó fellebbezés részben alapos.

11.

Az elsőfokú bíróság a tényállást helyesen állapította meg, és abból az irányadó jogszabály, a Tptv. 6. §-a alapján helytálló döntéssel állapította meg az alperes tisztességtelen piaci magatartását, a jellegbitorlást megvalósító jogsértését a perrel érintett áruk tekintetében. Döntését kellő részletességgel indokolta, az indokolással az ítéletábra nagyobb részben egyetértett, de a fellebbezésben és a csatlakozó fellebbezésben írtakra is figyelemmel szükségesnek látja annak kiegészítését és pontosítását.

A Tptv. 6. §-a alapján tilos valamely forgalomképes ingó dolgot (a továbbiakban: termék) vagy szolgáltatást a versenytárs hozzájárulása nélkül olyan jellegzetes külsővel, csomagolással, megjelöléssel – ideértve az eredetmegjelölést is – vagy elnevezéssel előállítani, forgalmazni vagy reklámozni, továbbá olyan nevet, árujelzőt vagy egyéb megjelölést használni, amelyről a versenytársat, illetve annak termékét, szolgáltatását szokták felismerni.

Az elsőfokú bíróság helytállóan indult ki abból, hogy a Tptv. 6. §-a szerinti jellegbitorlás, vagy más elnevezése szerint szolgálai utánzás mint típusfennállás megvalósulásához öt tényállási elem fennállását kellett vizsgálni abból kiindulva, hogy a per tárgya ingó dolog (termék) és az alperes termékeinek forgalmazásához, reklámozásához, előállításához a felperes nem járult hozzá. Ezen öt konjunktív feltétel a versenytársi minőség; a jellegzetes külső; a jellegzetesség, amiről a versenytárs áruját vagy a versenytársat szokták felismerni; a piaci ismertség; végül az összetéveszthetőség, illetve az arra való alkalmasság. Az elsőfokú bíróság e feltételeket egyenként vizsgálta és

összességében helytállóan jutott arra a következtetésre, hogy ezek mindegyike fennáll, így az alperes részéről a jogsértés megállapítható.

11.1.

A versenytársi minőséget két szempont alapján látta fennállónak, egyrészt a cégnyilvántartás adatai szerinti tevékenységi körök egyezősége, másrészt az azonos piac fogalma alapján, amelynek során a Tptv. tárgyi hatálya vonatkozó rendelkezést vette figyelembe. Azt állapította meg, hogy mivel a Tptv. tárgyi hatálya a felekre kiterjed, egymás versenytársai. A másodfokú bíróság egyetértett a fellebbezésben kifejtett azon állásponttal, hogy a tárgyi hatályból és az elsőfokú bíróság által e körben felhívott BH2011. 39. szám alatt közzétett eseti döntésben kifejtettek közül a jelen esetben a versenytársi minőség önmagában nem következik, az ahhoz nem elegendő. Az alperes helyesen mutatott rá, hogy a hivatkozott BH-ban a bíróság azt vizsgálta, hogy a Magyarországon ténylegesen nem tevékenykedő vállalkozás versenytársnak minősülhet-e, és ezzel kapcsolatosan mutatott rá a Tptv. tárgyi hatálya és a versenytársi minőség összefüggésére. Az adott esetben, mivel mindkét fél Magyarország területén fejt ki a gazdasági tevékenységét, ez a kérdés nem merül fel, így a versenytársi minőség megállapításához nem elegendő annak a rögzítése, hogy a Tptv. tárgyi hatálya mindkét félre kiterjed.

A jellegbitorlást mint jogsértő magatartást csak a versenytárs sérelmére lehet elkövetni, aminek a fogalmát a törvény kifejezetten nem határozza meg. Nyilvánvalóan versenytársnak csak a gazdasági versenyben érdekelt, azonos piacon tevékenykedő vállalkozás minősülhet, és e körben a jellegbitorláshoz kapcsolódó törvényi definíció hiányában iránymutatásul szolgálhat a Tptv. alperes által hivatkozott 14. §-a, a kartelljog szabálya, amely az érintett piac meghatározására vonatkozik.

A Tptv. 14. § (1) bekezdése értelmében az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni. A (2) bekezdés alapján a megállapodás tárgyát alkotó árun túlmenően figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesítő árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait.

A fenti rendelkezés kifejezetten a versenyt korlátozó megállapodásokhoz kötődik, értelmezhető továbbá a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalmára és az összefonódás engedélyezésére vonatkozó szabályok tekintetében, ahol a versenyre gyakorolt hatások megítélése az érintett piac meghatározása nélkül nem lehetséges. A szabály közvetlen tárgya tehát eltérő, ezért a jellegbitorlás vizsgálatánál fenntartások nélkül nem alkalmazható. Az érintett piac mint egy árukör és egy földrajzi terület kombinációja e jogsértésnél is lehet kiinduló pont, nem értelmezhető viszont ebben a körben az az előírás, hogy az áru szempontjából azok a vállalkozások is versenytársként vannak jelen a piacon, akiknek az áruit a fogyasztók az adott árut ésszerűen helyettesítő árunak tekintik. A Tptv. 14. § (2) bekezdése értelmében ezen, ún. keresleti helyettesíthetőség szempontjából van jelentősége az áru felhasználási céljának, árának, minőségének, és a teljesítés feltételeinek. Az áru helyettesíthetőségének ezen szabálya azonban a jellegbitorlás körében a versenytársi helyzet megítélésénél nem használható, mert a jellegbitorlásnál kizárólag az áru külső megjelenésének van relevanciája és nincs szerepe a minőségnek, továbbá az áru tulajdonságainak és az árának. Ebben az esetben két konkrét áru vonatkozásában kell vizsgálni az azonos piac, a versenytárs fogalmát. Nem merülhet fel tehát az, hogy a jogvita tárgyát képező áruk, termékek helyettesíthetők-e egymást a fenti jellemzők szerint. A Tptv. elsődleges célja a jellegbitorlás szabályozásával éppen az, hogy egyrészt védje a piacon jelen lévő versenytársat, annak jó hírnevét, általános üzleti megítélését, és megakadályozza a korábbi ráfordításainak kihasználását, elsajátítását, az arra való „rátelepedést”. Ezen cél megvalósulását zárná ki, ha a jellegbitorlás nem lenne megállapítható a versenytársi

minőség hiányában önmagában azon az alapon, hogy a piacra később lépő társaság az érintett terméknel lényegesen alacsonyabb árat meghatározva, a gyártás más módját és más minőségű anyagok felhasználását választva a nem luxus terméket kereső fogyasztókat célozza meg. Mindebből következően a versenytársi minőség az adott esetben megállapítható azáltal, hogy az alperes a felpereshez hasonlóan porcelán kávé- és teáskészleteket forgalmaz azonos földrajzi területen. Ennek tényét a cégnyilvántartásba bejegyzett tevékenységi körök egyezősége alátámasztja, amely körében – ahogyan a felperes arra helyesen hivatkozott – nyilvánvalóan az azonos tevékenységi köröknek és nem az attól különálló, egyéb tevékenységeknek van jelentősége. A peres felek tehát egymás versenytársai, így a jellegbitorlás megvalósulásának ez a feltétele teljesül.

11.2.

A további feltételek körében hangsúlyozandó, hogy a jellegbitorlás elleni védelem a termék külsejére vonatkozik, azaz külső megjelenítésére, csomagolására, megjelölésére és nem a belső tulajdonságaira. Nem magának az árunak, hanem a külsőnek kell jellegzetesnek lennie, vagyis olyannak, amelyről a versenytárs áruját vagy magát a versenytársat szokták felismerni. A külső megjelenés jellegzetességéből következik, hogy a jellegbitorlás elleni védelem a tömegcikknek jellegének megőrzésére is kiterjed (BDT2002. 718).

Az elsőfokú bíróság helytállóan rögzítette, hogy a jellegzetes külső kérdése szakértő nélkül is vizsgálható és megállapítható, valamint helyesen jutott arra a következtetésre is a perbeli termékek személyes megtekintése alapján, hogy azok a piac többi termékéhez képest olyan, általa részletesen ismertett egyedi jellegzetességgel rendelkeznek, amelyek megkülönböztetik a piacon található egyéb teás- és kávékészletektől. Az alperes helyesen hivatkozott arra, hogy a termékek szerzői jogi védelme önálló vizsgálat tárgya és önálló jogkérdés lehet, ami nem tárgya a Tpv-t.-n alapuló pernek, azonban az ítéletábra is egyetértett az elsőfokú bíróság által kifejtettekkel, hogy a külső jellegzetességet az általa rögzített tények alátámasztják. Az elsőfokú ítélet ebben a körben értékelte, hogy a felperes **B. P.** iparművésszel külön megállapodást kötött abból a célból, hogy a művész megtervezzen egy kollekciót és a felperes jó hírnévéhez méltó, önálló, jellegzetes külső jegyeket hordozó terméket hozzon létre. Ez az elvárás teljesült, mert a felperes a terméket elfogadta, megállapodott a szerzővel a felhasználásban, és a felhasználásra kizárólagos jogot szerzett. Maga az alperes hangsúlyozta, hogy a hasonló termék forgalmazását sérelmező alkotóval megállapodást írt alá. Mindezen körülmények összességükben arra utalnak, hogy a per tárgyát képező felperesi kollekció létrehozásával egy jellegzetes külsővel bíró, a piac hasonló funkciójú termékeitől egyértelműen megkülönböztethető, egyedi termék került a piacra a felperes jóvoltából. Az alperes fellebbezésében alaptalanul hivatkozott arra, hogy az elsőfokú bíróság a piac hasonló termékeire és a Google keresés eredményeire nem tért ki, mert maga is csak általában hivatkozott ezekre és nem jelölte meg konkrétan, hogy melyik az a termék, amely a felpereséhez az elsőfokú bíróság által rögzített jellegzetességek alapján hasonlítana. Az ítéletábra álláspontja szerint a hivatkozott és a keresetlevél mellékleteként csatolt Google keresést bemutató felvételeken nem található a felperes által használt díszítéssel és formával megegyező formájú, áttört geometriai mintázatú, jellegzetes fülformával rendelkező porcelán termék, ugyanakkor az alperes termékei – ahogyan azt az elsőfokú bíróság helyesen megállapította – az összetéveszthetőségig hasonlóak a felperes termékeivel mind egyenkénti megjelenésük, mind összehatásuk tekintetében.

11.3.

A piaci ismertség körében az alperes elsősorban azt kifogásolta, hogy az elsőfokú bíróság a felperes nevéhez kötődő magas minőségű és árfekvésű, kézi készítésű porcelán termékek, illetve a **H....** márkanév általános ismertsége folytán a piaci ismertség fennállását a konkrét termék

vonatkozásában nem vizsgálta, ezt anélkül fogadta el, hogy a felperes akár a marketing tevékenységét, akár a forgalmazási adatokat alátámasztotta és bizonyította volna. Az ítélet tábla álláspontja szerint azonban a piaci ismertség körében e két megközelítési szempont nem kizárólagos jellegű. Tényként rögzíthető, hogy a felperes perbeli termékei jelen vannak a piacon. Azok a felperes katalógusában szerepelnek, egyik terméke a **H... Next** katalógus címlapján található, a katalógus az interneten, a felperes honlapján is olvasható, a terméket a felperes az üzleteiben árusítja. A felperes igazolta, hogy Babos Pálmával 1997-ben kötött kizárólagos felhasználási szerződést, ez az ún. modern terméke ettől az időponttól kezdődően, azaz 20 éve jelen van a piacon. A piaci ismertséget a felperesi forgalmazás ténye és a katalógusban való megjelenés önmagában alátámasztja, az ismertség megállapításának nem feltétele a piaci részesedés volumene. Abból a tényből – ami a perben nem volt vitás –, hogy a felperes a termékekkel jelen van a piacon, azokat 20 éve folyamatosan forgalmazza, okszerűen levonható az a következtetés, hogy a fogyasztók a termékét ismerik (BH2015. 160. 19. pont).

11.4.

Az elsőfokú bíróság helyesen mutatott rá, hogy az összetéveszthetőség megállapításához nem szükséges a teljes azonosságot jelentő szolgai utánzás, elégséges, ha annak veszélye fennáll. A perben az összetéveszthetőség lehetőségének valószínűsége és annak reális veszélye vizsgálendő, amit az átlagosan tájékozott és figyelmes fogyasztó szemszögéből kell megítélni. Az a gyakorlatban különösen a termék megnevezésén, kereskedelmi nevén (ideértve a domain nevet), a termék jellegzetes külsején (formáján, színén, csomagolásán) alapulhat, de adott esetben a jellegbitorlás a cégnév használatával is elkövethető. Az alperes ezt a tényállási elemet kifejezetten nem vitatta, csak a jellegzetes külső kapcsán, amit állítása szerint a piaci kontextusban kell vizsgálni.

A jellegbitorlás vizsgálata során csak a versenytársi minőség és az ismertség fennállása esetén értelmezhető az a kérdés, hogy az alperes terméke összetéveszthető-e a felperesével, illetve alkalmas-e az összetévesztésre. Ennek az absztrakt vizsgálatát nyilvánvalóan csak egy olyan fogyasztó nézőpontjából lehet elvégezni, aki a felperesi árut ismeri. Feltételezve tehát a felperes termékét ismerő fogyasztót azt kell értékelni, hogy számára a felperesi áru rendelkezik-e olyan jellegzetes külsővel, amely folytán az alperesi terméket látva és a tőle elvárható gondosságot tanúsítva a felperesre vagy annak árujára, termékére asszociál. A perbeli esetben az elsőfokú bíróság által kifejtettek alapján a külső jellegzetességek keltette összbenyomás miatt a fogyasztóban kialakulhatott egy olyan képzet, hogy a két termék kapcsolatban áll egymással, az alperesi áru a felperes árujának egyik változata, vagy olyan felperes által gyártott termék, amit az alperes jogosult forgalomba hozni. Ebben az esetben pedig fennáll a versenytársak, a felperes és az alperes, illetve az áruik összetéveszthetőségének a reális veszélye.

11.5.

A fentieket összefoglalva megállapítható, hogy a felek versenytársi minősége fennáll, a per tárgyát képező felperesi termékek ismertek a piacon, és olyan külső jellegzetességgel rendelkeznek, amely miatt összetéveszthetők az alperes termékeivel. Erre tekintettel az ítélet tábla az alperes fellebbezésében írtaknak megfelelően nem látott lehetőséget az elsőfokú ítélet megváltoztatására figyelemmel arra is, hogy az alperes kifejezetten úgy nyilatkozott, hogy a jogsértés tényének megállapításán túl az elsőfokú bíróság által alkalmazott jogkövetkezményeket nem támadja.

12.

A felperes csatlakozó fellebbezése folytán azonban érdemben vizsgálta felül az elégtétel adására, a Tpv. 86. § (2) bekezdés c) pontjában, illetve a (3) bekezdés c) pontjában foglalt szankció alkalmazására vonatkozó kereset megalapozottságát.

12.1.

Az ítélet tábla osztotta az elsőfokú bíróság azon álláspontját, hogy az alkalmazott jogkövetkezmények tekintetében a jogsértés nyilvánosságra hozatalának célja az is, hogy a versenytársat elriassa a további jogsértéstől, annak esetleges megismétlésétől. A jogsértés tényének megállapítása ugyanis elsősorban erkölcsi jellegű szankció, míg az elégtételadás egyfajta erkölcsi jóvátétel, amely a sérelmet szenvedett fél jó hírnevét esett csorba kiküszöbölését főként akkor szolgálja, ha az ítélet megfelelő nyilvánosságot kap. A törvény csak annyiban határozza meg az elégtétel nyújtás módját, hogy nyilatkozattal vagy más megfelelő módon kell azt megtenni, míg a (3) bekezdés c) pontjában megfogalmazott – azonos célú – jogkövetkezmény a határozat rendelkező részének nyilvánosságra hozatala lehet.

Az alkalmazott jogkövetkezményekre vonatkozóan a Tpv. objektív, és a kártérítés tekintetében szubjektív szankciók alkalmazását teszi lehetővé, az objektivitás azonban nem jelenti azt, hogy bármelyik jogkövetkezményt a bíróságnak kötelező jelleggel kellene alkalmaznia. Minden esetben a konkrét jogsértésre szabottan, a jogsértés súlyának, jellegének értékelésével kell megállapítani, hogy mi az a megfelelő jogorvoslat, ami arányos és a sérelmet szenvedett fél számára a megfelelő elégtételt biztosítja. A bíróságnak e körben mérlegelési lehetősége van, és a kialakult bírói gyakorlat szerint a nyilvános közzétételnek lehetőség szerint a jogsértéssel azonos médiumban, kiadványban célszerű teret adni, mert ez felel meg a jogalkotói célnak leginkább. Az akkor tölti be a szerepét, ha lehetőleg azonos körhöz jut el, mint akik a jogsértésről is tudomást szereztek, illetve szerezhettek. Az alperest terhelő elégtétel adásra irányuló marasztalás a bírói gyakorlat szerint megtörténhet akként, hogy a bíróság a felperest jogosítja fel a számára elégtételt biztosító közlemény meghatározott számban és sajtóorgánumban, az alperes költségén való közzétételére. (EBH2005. 1315.) A felperes azonban nem ezt, hanem az alperesi közzétételt kérelmezte, elsősorban a www.....com <<http://www.....com/>> oldalon, másodsorban az általa megjelölt országos napi- és hetilapban, illetve internetes oldalakon.

12.2.

Az ítélet tábla nem értett egyet az elsőfokú bíróság álláspontjával, hogy adott esetben a jogsértés olyan csekély súlyú az alperes együttműködő magatartása folytán és az értékesített csekély mennyiségre tekintettel, hogy az nem indokolja a felperes által kért elégtétel adását, a jogsértés tényének nyilvános közzétételét. Önmagában a megállapítás és a további jogsértéstől való eltiltás, illetve az adatszolgáltatásra és az alperesi termékek megsemmisítésére való kötelezés ugyanis nem tudja egyidejűleg betölteni azt a célt, hogy elriassa az alperest a további jogsértéstől. A jogsértés tényének megállapítása önmagában éppen a minimális készletre és a csekély értékesítésre tekintettel nem jelent különösebb visszatartó erőt az alperesre nézve, ezért a nyilvános közzététel indokolt. Ez nem aránytalan büntetés az alperes számára figyelemmel arra is, hogy az érintett terméket nem csak az általa fenntartott üzletekben, hanem az interneten – ugyan harmadik fél közreműködésével – maga is forgalmazta és reklámozta, így az jelentős rétegekhez, vásárlói körhöz juthatott el, akik arról a felperesre, vagy termékére következtethettek. Ez pedig a felperes áruját és presztízsét, a felpereshez kötött magas színvonalú minőséget, az azzal szembeni elvárást nyilvánvalóan és jelentősen sérti, így a további jogsértéstől való elrettentés érdekében a nyilvános elégtétel adás az adott esetben nem mellőzhető.

12.3.

Ennek módját és a nyilvánosságot jelentő fórumok körét illetően valóban mérlegelni kell, hogy a jogsértés rövid ideig állt fenn – 2016. január 4-től 2016. február 17-ig terjedő időszakban –, és az alperes egyéb módon a terméket nem reklámozta, az csak a www....home.com

[<http://www....home.com/>](http://www....home.com/) oldalon jelent meg. Általában és az adott esetben is a jogsértéssel azonos médiumban, az alperes honlapján lenne indokolt a nyilvános közzététel útján történő elégtétel adása, azonban helytállóan hivatkozott az alperes arra, hogy egy perben nem álló fél, a [<http://www....home.com/>](http://www....home.com/) illetve a [<http://www....com/>](http://www....com/) honlapot üzemeltető társaság erre nem kötelezhető, és az adott oldal nem olyan felület, amely bármely kívülről számára lehetőséget biztosítana ilyen tartalom közzétételére. Ebben az esetben pedig a felperes által elsődlegesen kért módja az elégtétel adásnak nem lenne végrehajtható, így a felperes csatlakozó fellebbezésében elsődlegesen indítványozott kérelem nem teljesíthető. A további, felperes által megjelölt internetes felületek az index.hu, illetve a hvg.hu oldalak által biztosított széleskörű nyilvánosság azonban az adott esetben valamennyi, a fentiekben ismertetett körülményre és jelentős költségére figyelemmel nem indokolt, ezért az ítéletábra úgy értékelte, hogy az írott sajtóban való megjelenés elég nyilvánosságot biztosít a felperes számára a megállapított jogsértésre vonatkozó elégtétel adására és az egyidejűleg megfelelő visszatartó erővel is bír az alperes irányában a Tptv. 86. § (3) bekezdés c) pontja alapján.

13.

Erre figyelemmel a Fővárosi Ítéletábra az elsőfokú bíróság ítéletét a Pp. 253. § (2) bekezdése szerint részben megváltoztatva az alperest nyilvános elégtételadásként kötelezte a felperes keresetében és csatlakozó fellebbezésében is megjelölt formában és határidőn belül a Magyar Hírlap országos napilapban és a HVG hetilapban egyszeri alkalommal a felperes által kért módon és méretben az ítélet rendelkező részének a jogsértés megállapítására vonatkozó első bekezdése nyilvános közzétételére.

14.

Az alperes fellebbezése nem vezetett eredményre, így az ezzel felmerült költségeit maga köteles viselni a Pp. 239. §-a folytán alkalmazandó Pp. 78. § (1) bekezdés szerint. A csatlakozó fellebbezés részben volt eredményes, így ennek költségét az alperes köteles a Pp. 81. § (1) bekezdés alapján a felperesnek megfizetni. A felperes által benyújtott perköltség igényből az ítéletábra a csatlakozó fellebbezéssel és a fellebbezés tanulmányozásával összefüggésben kiállított 2017-BV/000259 sorszámú számla összegének felét, 117.475 forint, áfát is magába foglaló ügyvédi munkadíjat és a csatlakozó fellebbezési illeték fele összegét (12.000 forint) fogadta el (összesen 129.475 forint). Az ezen felüli, a fellebbezésre tekintettel előterjesztett ellenkérelem folytán felmerült 177.800 forint teljes összegére a felperes jogosult, így az alperes a 32/2003. (VIII.22.) IM rendelet 2. § (1) bekezdése szerint összesen 307.275 forint perköltség megfizetésére köteles.

Budapest, 2018. február 8.

. Sándor Ottó s.k.
a tanács elnöke

. Buglyó Gabriella s.k.
előadó bíró

dr. Balsai Csaba Zoltán s.k.
bíró

A kiadmány hitelül:

bíróági tisztviselő