

**A Kúria
mint felülvizsgálati bíróság
ítélete**

Az ügy száma: Gfv.VII.30.280/2018/14.

A tanács tagjai: . Vezekényi Ursula a tanács elnöke
. Tibold Ágnes előadó bíró
. Bajnok István bíró

A felperes:

A felperes képviselője: Hennelné Dr. Komor Ildikó Ügyvédi Iroda
ügyintéző: Hennelné dr. Komor Ildikó ügyvéd

Az alperes:

Az alperes képviselője: Bérczes Ügyvédi Iroda ügyintéző: dr.
Bérczes László ügyvéd

A per tárgya: tisztességtelen piaci magatartás megállapítása

A felülvizsgálati kérelmet benyújtó fél: alperes

A másodfokú bíróság neve és a jogerős határozat száma: Fővárosi
Ítéltábla 14.Gf.40.326/2017/11/II. számú ítélet

Az elsőfokú bíróság neve és a határozat száma: Fővárosi Törvényszék
30.G.43.068/2016/18. számú ítélet

Rendelkező rész

A Kúria a jogerős ítélet felülvizsgálati kérelemmel érintett, az alperest nyilvános elégtételadásra kötelező rendelkezését - a perköltségre is kiterjedően - hatályon kívül helyezi, és az elsőfokú ítélet e kereseti kérelmet elutasító rendelkezését helybenhagyja, ezt meghaladóan a jogerős ítéletet hatályában fenntartja.

Kötelezi az alperest, hogy fizessen meg a felperesnek 15 napon belül 177.800 (százhetvenhétezer-nyolcszáz) forint másodfokú részperköltséget.

Kötelezi a felperest, hogy fizessen meg az alperesnek 15 napon belül 35.000 (harmincötezer) forint felülvizsgálati eljárási részilletéket, ezt meghaladóan a felek a felülvizsgálati eljárásban felmerült költségeiket maguk viselik.

Az ítélet ellen felülvizsgálatnak nincs helye.

Indokolás

A felülvizsgálat alapjául szolgáló tényállás

- [1] A felperes magas minőségű, egyedi készítésű, különleges porcelántermékeket gyártó, ismert gazdasági társaság. Az 1997.

december 11. napján kötött felhasználási szerződés alapján kizárólagos gyártója és forgalmazója a B P képzőművész által tervezett teás- és kávéskészlet termékeknek (a továbbiakban: felperesi termékek), amelyek jellegzetes áttört mintával és egyedi formai kialakítással rendelkeznek.

- [2] Az alperes lakberendezési tárgyak kiskereskedelmével foglalkozó társaság. 2016. január 4-től február 17-ig terjedő időszakban az üzleteiben a felperesi termékekkel összetéveszthetőségig hasonló termékeket (a továbbiakban alperesi termékek) árusított. Ezen időszak alatt összesen 7 db terméket értékesített, amelyből nettó 24.382 Ft bevétele keletkezett, a készletén további 20 db termék szerepelt. Az alperes az alperesi termékeket a spanyol anyavállalatától szerezte be.
- [3] Az alperesi termékek megtalálhatók és megvásárolhatók voltak továbbá a www.zh.com domain nevű nemzetközi honlapon, amelyet egy a perben nem álló társaság regisztrált és üzemeltet.
- [4] A felperes 2016. január 20-án szerzett tudomást az alperesi termékekről és forgalmazásukról. Felszólítására az alperes a termékek forgalmazásával felhagyott, a felek közötti peren kívüli egyeztetések azonban ezt meghaladóan nem vezettek eredményre.

A kereseti kérelem és ellenkérelem

- [5] A felperes keresetében a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 2. és 6. §-a, valamint 86. § (2) és (3) bekezdései alapján annak megállapítását kérte, hogy az alperes a keresetben meghatározott termékeit a felperes hozzájárulása nélkül a felperesi termékekkel azonos, illetve azokhoz összetéveszthetőségig hasonló, jellegzetes külsővel hozta forgalomba és reklámozta, amellyel elsődlegesen a Tpv. 6. §-ába, másodlagosan a 2. §-ába ütköző tisztességtelen piaci magatartást valósított meg. Jogkövetkezményként – egyebek mellett – kérte az alperes nyilvános elégtételadására kötelezését oly módon, hogy fizetett hirdetés formájában, saját költségén tegye közzé a jogsértést megállapító jogerős ítélet rendelkező részét a keresetben meghatározott egy országos és egy hetilapban, valamint honlapokon, szintén a keresetben részletesen meghatározott formában, méretben és időtartamban.
- [6] A felperes többek között előadta, a perbeli termékei a fogyasztók körében ismertté váltak. Ennek igazolására hivatkozott az 1997-ben kötött felhasználási szerződésre, a képzőművész honlapján elérhető felperesi termékek ismertetésére, a felperes honlapjáról letölthető, a felperesi termékeket tartalmazó H N 2 című katalógusára, a 2016-ban papír alapon is kiadott termékkatalógusra, amelynek címlapján szerepelteti a felperesi termékeket, továbbá arra, hogy ezen termékei a márkaboltjaiban folyamatosan, a mai napig megvásárolhatók. Azok népszerűsítésére szolgál továbbá a 2016 áprilisától 2018-ig megvalósuló, mozgó herendi porcelánkiállítás

is. Előadása szerint a kereset benyújtásáig 4.500 db perbeli felperesi termék értékesítésére került sor.

- [7] A jogkövetkezményként igényelt nyilvános elégtételadásra irányuló kereseti kérelmét azzal indokolta, az azt a célt szolgálja, hogy a felperes csorbult reputációját visszaállítsa, és valamennyi fogyasztó számára egyértelművé váljon, nem felperesi terméket, hanem utánzatot vásárolt. A felperes a világhírű termékeinek igyekszik a legmegfelelőbb és legmagasabb jogi védelmet biztosítani. Széleskörű reklámozási tevékenységgel biztosítja a herendi termékekhez kapcsolódó fogyasztói elismertséget és jó hírnevet. Ezen különleges körülmények következtében a felperest fokozottan megilleti a nyilvános elégtételadáshoz való jog, mivel ezen szankció olyan speciális, preventív eszköznek minősül, amely alkalmas mindazon sorozatos visszaélések megakadályozására, amelyet például az alperesi társaság is tanúsított. A nyilvánosság kért terjedelmét az indokolja, hogy mind az alperesi, mind a felperesi termékek értékesítésére sor került egyaránt üzletekben és online webáruházakban.
- [8] Az alperes a kereset elutasítását kérte. Többek között vitatta a felperes perbeli, nem a tradicionális kínálatába tartozó termékeinek piaci ismertségét, és azt, hogy az e körben a felperes által hivatkozottak azt bizonyítanák. A jogsértés megállapítása esetén jelentős felperesi érdeksérelem hiányában álláspontja szerint semmi nem indokolja a felperes által kért, a fogyasztók tömegeinek tájékoztatására alkalmas, illetve azt célzó nyilvános elégtételadást.

Az első- és másodfokú ítélet

- [9] Az elsőfokú bíróság ítéletében megállapította, miszerint az alperes azon magatartásával, hogy az „O P” megnevezésű készletbe tartozó, „O P C C” elnevezésű, cikkszámú kávéscsésze és csészealj, az „O P” elnevezésű, cikkszámú cukortartó, valamint az „O P p” elnevezésű, 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 a felperessel szemben tisztességtelenül gyakorolta, és ezzel a Tpv. 6. §-ába ütköző jellegbitorlást valósított meg. Eltiltotta az alperest a fenti jogsértő cselekmények további gyakorlásától, kötelezte, hogy 15 napon belül szolgáltatson adatot a jogsértéssel érintett áruk előállításában, forgalmazásában résztvevőkről, az ilyen áruk terjesztésére kialakított üzleti kapcsolatokról, valamint elrendelte a jogsértéssel előállított és forgalomba hozott, raktáron lévő és a kereskedelmi forgalomból visszahívott alperesi termékek 15 napon belüli megsemmisítését. Ezt meghaladóan a keresetet elutasította.

- [10] Az elsőfokú bíróság indokai részletes kifejtésével megállapította, hogy a peres felek versenytársak, a perbeli termékek mind összehatásukban, mind az annak kialakításában szerepet játszó egyes elemek tekintetében jellegzetesek és az összetéveszthetőségig hasonlóak.
- [11] A piaci ismertség mint a Tpvt. 6. §-ába ütköző jogsértés megállapításának egyik konjunktív feltétele tekintetében rögzítette, hogy a kialakult joggyakorlat szerint a piaci ismertségre történő következtetést megalapozó körülmény lehet a jelentős marketingtevékenység, vagy a forgalmi adatok alapján igazolt jelentős piaci részesedés. Megállapította, arra helyesen hivatkozott az alperes, hogy a felperes nem igazolta saját honlapja látogatottságának volumenét, miként a katalógus példányszámát sem, mindazonáltal e reklámozási felületek alkalmazását nem tette vitássá. Az elsőfokú bíróság álláspontja szerint annak megítélésénél, hogy a felperes saját kialakítású reklámfelületén való megjelenés önmagában elegendő-e a piaci ismertség igazolására, relevanciája van a perbeli termékek jellegének és rendeltetésének. Azok nem vitatottan kézi megmunkálású porcelántermékek, amelyek árfekvése jellemzően magasabb a hasonló kialakítású és rendeltetésű tömegtermékeknél, ebből következően szűkebb a vásárlóközönsége is. Ezen jellegzetességek azt eredményezik, hogy a forgalmazásuk alapjául szolgáló reklámtévékenység fóruma is szűkebb. A felperesi társaság tevékenysége és termékeinek jellege közismert, ezért a perbeli esetben a forgalmazó saját internetes megjelenése, termékkatalógusa, kiegészítve a saját üzletekben történő bemutatással és forgalmazással is elegendő volt a piaci ismertség biztosítására, ezért azt az elsőfokú bíróság bizonyítottnak találta.
- [12] Az elsőfokú bíróság a jogkövetkezmények tekintetében a keresettel egyezően rendelkezett a Tpvt. 86. § (2) bekezdés b), d) és f) pontján alapuló kérelmekről. A nyilvános elégtételadásra vonatkozó kereseti kérelem tekintetében azonban az alperes érdemi védekezését osztotta, amely szerint a jogsértés csekély intenzitása és a jelentős felperesi érdeksérelem hiánya miatt nem indokolt a fogyasztók tömegeinek tájékoztatására alkalmas szankció alkalmazása. Kifejtette, a nyilvános elégtételadás tartalmát tekintve szankciós és preventív jellegű, a Tpvt. preambulumban meghatározott, a gazdasági verseny tisztaságának és szabadságának biztosításául szolgáló jogalkotói cél eszköze. A perbeli esetben az elsőfokú bíróság az országos terjesztésű sajtótermékekben és világhálón történő közzétételt - figyelembe véve azt, hogy a termékek reklámozása nem ilyen fórumokon történt, továbbá a jogsértés viszonylag csekély jellegét és a reklámtévékenység korlátozott publicitását - aránytalan szankciónak tekintette, ezért a felperes keresetét e tekintetben elutasította. Indokai kifejtésével szintén nem találta megalapozottnak a Tpvt. 86. § (2) bekezdés e) pontjára alapított kereseti kérelmet sem. A jellegbitorlás jogcímen előterjesztett kereset megalapozottságára

tekintettel az elsőfokú bíróság mellőzte a Tpv. 2. §-ának szubszidiárius rendelkezésére alapított másodlagos kereseti kérelem érdemi vizsgálatát.

- [13] Az alperes fellebbezése és a felperes csatlakozó fellebbezése folytán eljáró másodfokú bíróság az elsőfokú ítélet fellebbezett rendelkezését részben megváltoztatta és kötelezte az alperest, hogy nyilvános elégtételadásként 30 napon belül saját költségén fizetett hirdetésként tegye közzé az elsőfokú ítélet rendelkező részének a jogsértés megállapítására vonatkozó első bekezdését az M H országos napilapban egyszeri alkalommal, 1/3 oldalon, 20-as betűméretet és T N R betűtípust használva, fekete keretben elhelyezve, valamint a H hetilapban, egyszeri alkalommal 1/2 oldalon, 20-as betűméretet és T N R betűtípust használva, fekete keretben elhelyezve. Ezt meghaladóan az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta.
- [14] Az ítélet tábla az alperes fellebbezését alaptalannak, a felperes csatlakozó fellebbezését részben alaposnak találta. Határozatát a felülvizsgálati kérelemmel érintett körben azzal indokolta, hogy a piaci ismertség igazolására a marketingtevékenység és a forgalmazási adatok mint megközelítési szempontok nem kizárólagos jellegűek. Tényként rögzíthető, hogy a felperes termékei jelen vannak a piacon: azok a felperes katalógusában szerepelnek, egyik terméke a H N katalógus címlapján található, a katalógus az interneten és a felperes honlapján is olvasható, a termékeket a felperes az üzleteiben árusítja. A felperes igazolta, hogy a képzőművésszel 1997-ben kizárólagos felhasználási szerződést kötött, és az ún. modern terméke ettől az időponttól kezdődően, azaz 20 éve jelen van a piacon. Az ítélet tábla szerint a piaci ismertséget a felperesi forgalmazás ténye és a katalógusban való megjelenés önmagában alátámasztja, az ismertség megállapításának nem feltétele a piaci részesedés volumene (BH.2015.160 19. pont). Mindezekből következik, hogy a felperes termékeit a fogyasztók ismerik.
- [15] Az ítélet tábla az elégtételadás körében annyiban egyetértett az elsőfokú ítéletben kifejtettekkel, hogy e szankció célja az erkölcsi jóvátételen túl az is, hogy elriassza a versenytársat a további jogsértéstől. A bíróságnak minden esetben a konkrét esetre szabottan, a jogsértés súlyának, jellegének értékelésével kell megállapítania, hogy mi az a megfelelő jogorvoslat, ami a sérelmet szenvedett fél számára a megfelelő elégtételt biztosítja, e körben mérlegelési joga van. Utalt a bírói gyakorlatra, amelynek értelmében a nyilvános elégtételadás akkor tölti be a szerepét, ha lehetőleg ahhoz a körhöz jut el, mint akik a jogsértő termékről tudomást szereztek, szerezhettek.
- [16] Az ítélet tábla nem osztotta az elsőfokú bíróság álláspontját, miszerint az adott esetben a jogsértés olyan csekély súlyú az alperes együttműködő magatartása folytán és az értékesített mennyiségre tekintettel, hogy az nem indokolja a felperes által kért elégtételadást. Megítélése szerint ugyanis önmagában a jogsértés megállapítása és az elsőfokú bíróság által alkalmazott

jogkövetkezmények nem tudják egyidejűleg betölteni azt a célt, hogy elriasszák az alperest a további jogsértéstől, tekintettel arra is, hogy olyan minimális készlettel és olyan csekély értékesítésre vonatkozik, hogy az különösebb visszatartó erőt nem fejt ki a tekintetében.

- [17] A nyilvános elégtétel jogerős ítéletben meghatározott módját nem tekintette aránytalannak arra figyelemmel, hogy az érintett terméket nemcsak az alperes által fenntartott üzletekben, hanem interneten – ugyan harmadik fél közreműködésével – az alperes maga is forgalmazta és reklámozta, így az jelentős vásárlói körhöz eljuthatott, 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. Ugyanakkor arra is tekintettel, hogy a www.zh.com, a www.zh., illetve a www.z.com honlapot üzemeltető társaság nem áll perben, így közzétételre nem kötelezhető, illetve a további, a felperes által megjelölt internetes felületeken való közzététel jelentős költségét is mérlegelve az ítélőtábla úgy értékelte, az írott sajtóban való megjelenés elég nyilvánosságot biztosít a felperes számára a megállapított jogsértésre vonatkozó elégtételadására, és egyidejűleg megfelelő visszatartó erővel is bír az alperes irányában.

A felülvizsgálati kérelem és ellenkérelem

- [18] Az alperes felülvizsgálati kérelmében a jogerős ítélet hatályon kívül helyezését és az elsőfokú ítélet megváltoztatásával a kereset teljes elutasítását, másodlagosan az első- vagy a másodfokú bíróság új eljárásra és új határozat hozatalára utasítását kérte. Állította, a jogerős ítélet a jellegbitorlás megállapítása körében a Tpvt. 6. §-ába és a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: rPp.) 206. § (1) bekezdésébe, a nyilvános elégtételadás elrendelése körében szintén az rPp. 206. § (1) bekezdésébe, továbbá 163. § (1) bekezdésébe, 3. § (3) bekezdésébe, továbbá a Tpvt. 86. § (2) bekezdés c) pontjába ütközik.
- [19] Az alperes előadta, a jellegbitorlás miatt igényt érvényesítő fél termékének piaci ismertségére alapvetően két vagylagos körülmény bizonyítottaságából lehet következtetni, vagy a termék népszerűsítése érdekében kifejtett széleskörű marketing és reklámtevékenységből, vagy a termék jelentősebb mennyiségben történő forgalmazásából, a felperes azonban ezek egyikét sem bizonyította. A másodfokú bíróság lényegében kétségsbe vonta a Kúria által a fenti körben kialakított bírói gyakorlatot, amikor úgy foglalt állást, hogy mindezeket nem is szükségszerű bizonyítani a piaci ismertség megalapozására. Ennek alátámasztására tévesen és kontextusából kiragadva hivatkozott a BH.2015.160. számú eseti döntés megállapítására.
- [20] Az alperes hangsúlyozta, a Tpvt. 6. §-ába foglalt tényállás célja

annak megakadályozása, hogy mások az összetéveszthetőségre építve vagy azt felhasználva részesedjenek annak a munkának az eredményéből, amelyet a versenytárs az áru kialakítására és közismertté tételére fordított. A jogszabály céljával az a jogértelmezés áll összhangban, amely megköveteli annak bizonyítottságát, hogy az igényt érvényesítő fél termékei valóban közismertek. A felperes saját katalógusában történő megjelenés nyilvánvalóan nem tekinthető olyan széleskörű reklámtevékenységnek, amely alkalmas lehet a termékek ismertté tételére. A forgalmazási adatok vonatkozásában pedig a felperes az alperes vitatása ellenére semmilyen bizonyítékot nem ajánlott fel.

- [21] A jogerős ítélet iratellenesen és minden bizonyíték hiányában, nyilvánvalóan okszerűtlen értékeléssel állapította meg, hogy a felperes a perbeli termékeivel 20 éve folyamatosan jelen van a piacon. E körben az 1997-ben kelt felhasználási engedélyt és azt vette csupán figyelembe, hogy a termékek jelenleg is szerepelnek a felperes katalógusában. Nincs azonban adat az 1997-től kezdődő folyamatos piaci jelenlétre, és akár egyetlen termék eladására sem. Mindebből következik, hogy a piaci ismertség bizonyítottságának hiányában a Tpv. 6. §-ára alapított keresetet el kellett volna utasítani.
- [22] Az alperes véleménye szerint a másodfokú bíróság a nyilvános elégtételadás indokoltsága és arányossága körében az rPp. 206. § (1) bekezdésébe ütköző módon, valamint a szankció jogszabályi céljával ellentétesen mérlegelte a bizonyítékokat. Annak indokoltságát nem aszerint kellett volna megítélni, hogy vajon a többi alkalmazott szankció mellett szükség van-e még a jogsértés megállapításának nagy nyilvánosság előtti közzétételére is ahhoz, hogy az kellően visszatartsa az alperest a jövőbeni jogsértéstől, hanem kizárólag a jogsértőnek tekintett piaci magatartás tárgyi súlyát és azt kellett volna mérlegelni, hogy azzal milyen nagyságú fogyasztói kör találkozhatott. A szankciónak ugyanis mindig a konkrét piaci magatartás szankciójának kell lennie, indokoltsága, arányossága is kizárólag ahhoz a konkrét alperesi magatartáshoz mérhető, amelyet a bíróság jogsértőnek talált. Adott ügyben ez 7 db termék eladásában merült ki, amelyből 3 db-ot a felperes, 1-et pedig a formatervező vásárolt meg bizonyítási céllal. Az alperes nem is tervezte nagyobb volumen forgalmazását, összesen 27 db-ot tartott készleten, és a forgalmazás is nagyon rövid ideig tartott. Semmilyen adat nem merült fel a termékek alperes által történő reklámozására.
- [23] Kirívóan okszerűtlenül nem vette figyelembe a másodfokú bíróság, hogy a perbeli termékek internetes reklámozása és forgalmazása semmilyen módon nem köthető az alpereshez, így akár a jogsértés, akár a jogkövetkezmények alkalmazása a honlapot üzemeltetővel szemben indított perben lenne csak vizsgálható, értékelhető. Az sem bizonyított, hogy www.zh.com honlapon a felperes által kifogásolt termékek milyen időszakon keresztül voltak megtalálhatók. Az alperes sem közvetlenül, sem közvetve nem forgalmazta és reklámozta

az interneten az érintett termékeket. Súlyosan jogsértő és méltánytalan, hogy a másodfokú bíróság olyan körülményekhez és a piaci magatartáshoz mérte a nyilvános erkölcsi jóvátétel indokoltságát és arányosságát, amely mind személyi, mind tárgyi értelemben túlmutat az alperes jogsértőnek talált piaci magatartásán.

- [24] Az alperes hangsúlyozta, az rPp. vonatkozó rendelkezéseibe ütköző módon és az EBH 2005.1315 számon közzétett elvi határozattal ellentétesen a másodfokú bíróság nem folytatott le bizonyítást arra nézve, és nem hívta fel a feleket az azzal kapcsolatos bizonyítás szükségességére, hogy a felperes által nyilvános elégtételadásként kért közzétételnek milyen költsége merülhet fel, továbbá, hogy a felperes által megjelölt sajtóorgánumok egyáltalán vállalják-e megjelentetni a kért közleményt.
- [25] A felperes felülvizsgálati ellenkérelmében a jogerős ítélet hatályában fenntartását kérte.

A Kúria döntése és jogi indokai

- [26] A Kúria a jogerős ítéletet az rPp. 275. § (2) bekezdése alapján a felülvizsgálati kérelem keretei között vizsgálta és azt az abban megjelölt okokból részben jogszabálysértőnek találta.
- [27] Az alperes felülvizsgálati kérelmében a Tpv. 6. §-a szerinti jellegbitorlás megállapíthatóságát azon az alapon vitatta, hogy annak egyik elengedhetetlen feltétele, a felperesi termék piaci ismertsége nem bizonyított. A Kúria egyetértett a perben eljáró bíróságok éremben egyező azon jogi álláspontjával, hogy ennek megítélése során kiemelt jelentőséget kell tulajdonítani a perbeli termék speciális jellemzőinek. A felperes világhírű, nagy tradícióval rendelkező vállalkozás, kézi megmunkálású, magas árkategóriába tartozó porcelán termékeket gyárt és forgalmaz, termékei a kulturális örökség részeként hungarikumnak minősülnek. Ilyen tényállás mellett nem tekinthető kirívóan okszerűtlennek a perben eljáró bíróságok azon egyező jogi álláspontja, amely szerint a felperes a perbeli terméke piaci ismertségét igazolta azzal, hogy termékkatalógusában, internetes honlapján és a saját termékek bemutatására, értékesítésére létrehozott bolthálózatában huzamosabb idő óta azokat forgalmazza. A luxustermékeket kereső vásárlóközönség körében, illetve a szakma számára ezen reklámfelületek, illetve elérhetőségek a felperes itt megjelenő, huzamosabb ideje megtalálható árujának ismertségét megfelelően biztosítják. Nyilvánvalóan nem mérhető össze egy tömegtermék ismertetéséhez szükséges intenzív marketingtevékenység és reklámfelületek egy nagy tradíciójú luxustermékével. Utóbbi esetében a viszonylag szűk potenciális vásárlói kör miatt sokkal szűkebb marketing és reklámtévékenység is elégséges lehet a piaci termék ismertségének bizonyítására.
- [28] A fent értékeltek a felperes által állított forgalmi adatok bizonyítottságának hiányában is megfelelően alátámasztják, hogy a

felülvizsgálati kérelemben már az alperes által sem vitatottan a felperesre jellemző termékekhez összetéveszthetőségig hasonló alperesi termékekről a felperes termékeit ismerő vásárlók a felperesre, illetve a perbeli termékére asszociálnak. Mindezért az eljárás bíróságok a jellegbitorlás valamennyi törvényi feltétele bizonyítottságára tekintettel jogszabálysértés nélkül állapították meg, hogy az alperes a perbeli magatartásával a Tpv. 6. §-ába ütköző tisztességtelen piaci magatartást valósított meg.

- [29] A nyilvános elégtételadással kapcsolatban a felülvizsgálati eljárás tárgyát már kizárólag az képezte, hogy a jogsértés tényének egy országos napilapban és egy országos hetilapban történő megjelentetése a jogsértés súlyával arányos szankciónak tekintendő-e. A bíróságnak a kért jogkövetkezmények alkalmazása körében a konkrét jogsértés körülményeit kell mérlegelnie, jellegbitorlás esetén annak volumenét, időtartamát, módját, az azóta eltelt időt, a nyilvános elégtételadás szempontjából pedig legfőképpen azt kell figyelembe vennie, hogy a jogsértésről a nyilvánosság milyen körben értesült, értesülhetett. Erre utal a jogerős ítéletben is idézett bírói gyakorlat, amely szerint a nyilvános közzétételnek lehetőleg a jogsértéssel azonos médiumban, kiadványban célszerű teret adni, az akkor tölti be a szerepét, ha lehetőség szerint azonos körhöz jut el, mint akik a jogsértésről is értesülhettek.
- [30] Az alperes tényyszerűen mutatott rá, hogy részéről összesen 7 termék eladására került sor, amelyből csak 3 került fogyasztókhöz, a készletén is csekély árumennyiség (27 db) volt, és a termékét 2016-ban alig másfél hónapig forgalmazta, az alperes részéről reklámozására nem merült fel adat. A perben nem álló társaság által üzemeltetett honlapon történő értékesítés nem köthető az alpereshez, így az sem a jogsértés megállapítása körében, sem az alkalmazott szankciók során nem vehető figyelembe, szemben a másodfokú bíróság álláspontjával. Tény továbbá, hogy a felperes felszólítására az alperes a jogsértő magatartással felhagyott és ajánlatot tett a vita békés rendezésére.
- [31] Mindezek azt igazolják, hogy sem a szankciós, sem a prevenciós cél szempontjából nem szükséges a nyilvános elégtételadás jogkövetkezményének alkalmazása, az alperes enélkül is tartózkodni fog a jövőben a jogsértés elkövetésétől. Figyelemmel arra, hogy az alperes jogsértő magatartásáról annak elhanyagolható volumene, az utánzatok rövid ideig, kizárólag az alperesi üzletek polcain való elérhetősége miatt széles rétegek nem szerezhettek tudomást, a felperes jóhírneve, reputációja ezáltal olyan mértékben nem sérülhetett, ami indokoltá tenné országos terjesztésű médiumokban a jogsértés megállapításának nyilvánosságát. Azt önmagában a felperes személye és termékeinek jellege nem indokolja. A Kúria álláspontja szerint a felperest ért jogsérelemért a jogsértés tényének ítéletben történő megállapítása önmagában is megfelelő elégtételt nyújt.
- [32] A Kúria ezért az rPp. 275. § (3) és (4) bekezdése alapján a rendelkező rész szerint határozott.

Záró rész

- [33] A felülvizsgálati kérelem részben vezetett eredményre. Ennek megfelelően a másodfokú eljárásban mind az alperes fellebbezése, mind a felperes csatlakozó fellebbezése alaptalannak bizonyult, aminek költségét az azt előterjesztő felek maguk tartoznak viselni. A felperest azonban megilleti a jogerős ítéletben a javára a fellebbezésre tekintettel előterjesztett ellenkérelem alapján számított és a vitássá nem tett összegű másodfokú perköltség. A felülvizsgálati eljárásban a pernyertesség-pervesztesség aránya közel azonos, ezért az rPp. 81. § (1) bekezdése alapján a felperes köteles az alperes által lerótt felülvizsgálati eljárási illeték felének megfizetésére, ezt meghaladóan a felek a költségeiket maguk viselik.
- [34] A Kúria a felülvizsgálati kérelmet tárgyaláson bírálta el.

Budapest, 2019. március 19.

Dr. Vezekényi Ursula sk. a tanács elnöke, Dr. Tibold Ágnes sk.
előadó bíró, Dr. Bajnok István sk. bíró