



Sajtó és Tájékoztatás

Az Európai Unió Bírósága  
**97/11. sz. SAJTÓKÖZLEMÉNY**  
Luxemburg, 2011. szeptember 22.

A C-323/09. sz. ügyben hozott ítélet  
Interflora Inc., Interflora British Unit kontra Marks & Spencer plc, Flowers  
Direct Online Ltd

## **A Bíróság pontosítja a védjegyeket az Európai Unióban megillető oltalom terjedelmét**

*A jelen ügyben a nemzeti bíróság feladata annak vizsgálata, hogy a Marks & Spencer a versenytársaként működő Interflora védjegyével azonos kulcsszavaknak a Google internetes reklámszolgáltatása keretében történő használatával megsértette-e az említett védjegy valamely „funkcióját” vagy elősködő magatartást tanúsított-e*

Az amerikai Interflora Inc. társaság nemzetközi virágküldő hálózatot üzemeltet. Az Interflora British Unit az Interflora Inc. által adott védjegyhasználati engedély jogosultja. Az Interflora hálózatát olyan virágkereskedők alkotják, amelyeknél az ügyfelek megrendeléseiket személyesen, telefonon vagy interneten is leadhatják, és e megrendeléseket a hálózat azon tagja teljesíti, amelynek az üzlete a virágok kézbesítési címéhez a legközelebb található.

Az INTERFLORA egyrészt nemzeti védjegyként élvez oltalmat az Egyesült Királyságban, másrészt közösségi védjegy is. E védjegyek az Egyesült Királyságban és az Európai Unió más tagállamaiban jelentős jóhírnévvel rendelkeznek.

A Marks & Spencer (a továbbiakban: M & S) angol jog alá tartozó társaság, amely az Egyesült Királyság egyik legnagyobb kiskereskedője. Egyik szolgáltatása keretében virágok értékesítését és kézbesítését végzi, és e kereskedelmi tevékenysége versenyt támaszt az Interflorával szemben.

Megállapítást nyert, hogy az M & S a Google „AdWords” reklámszolgáltatása keretében kiválasztotta az „Interflora” kulcsszót, valamint e kulcsszó alábbi változatait: „Interflora Flowers”, „Interflora Delivery”, „Interflora.com”, „Interflora.co.uk”. Következésképpen, amikor valamely internethasználó keresőkifejezésként az „interflora” szót vagy az említett valamely változatot írta be a Google keresőmotorjába, akkor az M & S egyik hirdetése jelent meg.

A High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Egyesült Királyság), amely előtt az Interflora védjegybitorlási keresetet terjesztett elő az M & S ellen, a valamely védjeggyel<sup>1</sup> azonos kulcsszó internetes reklámszolgáltatás keretében, valamely versenytárs által, hozzájárulás nélkül történő használatának különböző vonatkozásai kapcsán terjesztett kérdéseket a Bíróság elé.

A Bíróság először is emlékeztet arra, hogy amikor harmadik fél valamely védjeggyel azonos megjelölést használ a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos áruk, illetve szolgáltatások vonatkozásában, a védjegyjogosult csak akkor jogosult e használatot megtiltani, ha az veszélyezteti a védjegy valamely „funkcióját”. A védjegy alapvető funkciója, hogy a fogyasztók számára tanúsítsa a védjeggyel érintett áru vagy szolgáltatás származását (származásjelző funkció), egyéb funkciói közé tartozik a reklám- és a beruházási funkció. A Bíróság e tekintetben hangsúlyozza, hogy a védjegy származásjelző funkciója nem az egyetlen

<sup>1</sup> A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv (HL 1989. L 40., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. o.), amelyet hatályon kívül helyezett a a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2008. október 22-i 2008/95/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 299., 25. o.).

A közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94/EK tanácsi rendelet (HL 1994. L 11., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 146. o.), amelyet hatályon kívül helyezett a közösségi védjegyről szóló, 2009. február 26-i 207/2009/EK tanácsi rendelet (HL L 78., 1. o.).

olyan funkciója, amely érdemes a harmadik felek által elkövetett jogsértésekkel szembeni védelemre. A védjegy ugyanis gyakran – az áruk és szolgáltatások származásának jelzésén kívül – a kereskedelmi stratégia olyan eszköze, amelyet különösen hirdetési célból vagy a fogyasztói hűség kialakítását célzó jóhírnév megszerzése érdekében használnak.

A Google-ügyben<sup>2</sup> hozott ítéletre hivatkozva a Bíróság rámutat, hogy sérül a védjegy **származásjelző funkciója**, ha a védjeggyel azonos kulcsszó alapján megjelenített hirdetés nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé a szokásosan tájékozott és ésszerűen figyelmes internethasználó számára annak megállapítását, hogy a hirdetésben szereplő áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, ahhoz gazdaságilag kapcsolódó vállalkozástól, vagy pedig harmadik féltől származnak. A más védjeggyel azonos megjelölésnek az „AdWords”-höz hasonló reklámszolgáltatás keretében történő használata azonban nem veszélyezteti a védjegy reklámfunkcióját.

Egyébiránt a Bíróság első ízben foglalkozik a védjegy **beruházási funkciójának** védelmével. Ennek alapján **sérti a védjegy e funkcióját, ha a versenytárs – azzal, hogy a védjeggyel azonos megjelölést használ olyan árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában, amelyek e védjegy árujegyzékében szerepelnek – jelentősen zavarja a védjegy jogosultját abban, hogy védjegyét olyan jóhírnév megszerzése vagy megőrzése érdekében használja, amely vonzhatja a fogyasztókat, vagy kialakíthatja hűségüket.** Olyan helyzetben, amikor a védjegy már jóhírnévvel rendelkezik, sérül a védjegy beruházási funkciója, amennyiben e használat befolyásolja e hírnevet, és ennek folytán veszélyezteti annak fenntartását.

**Ezzel szemben nem fogadható el, hogy valamely védjegy jogosultja felléphessen valamely versenytárs ilyen védjegyhasználatával szemben, amennyiben e használat csupán azon következménnyel jár, hogy a védjegyjogosultat – a fogyasztók vonzására és hűségük kialakítására alkalmas jóhírnév létrehozása és fenntartása érdekében tett – erőfeszítéseinek e helyzethez való igazítására készíti.** Hasonlóképpen a védjegy jogosultja nem hivatkozhat hasznosan azon körülményre, hogy az említett használat egyes fogyasztókat arra vezet, hogy az említett védjeggyel ellátott áruktól vagy szolgáltatásoktól elpártoljanak.

A jelen ügyben a nemzeti bíróságnak kell megvizsgálnia, hogy az INTERFLORA védjeggyel azonos megjelölésnek az M & S általi használata veszélyezteti-e a fogyasztók vonzására és hűségük kialakítására alkalmas jóhírnévnek az Interflora általi fenntartását.

A jóhírnevet élvező védjegyek fokozott védelmével, és különösen a „felhígulás (a jóhírnévű védjegy megkülönböztető képességének sérelme), valamint az „élősködés” (a védjegy megkülönböztető képességének vagy jóhírnévének tisztességtelen kihasználása) fogalmával kapcsolatos kérdésekre válaszolva a Bíróság többek között megállapítja, hogy a mások jóhírnevet élvező védjegyeivel megegyező vagy azokhoz hasonló megjelöléseknek – reklámszolgáltatás keretében – „alapos ok” nélkül történő kiválasztása élősködésként értelmezhető. Különösen ilyen következtetést lehet levonni olyan esetekben, amikor az interneten hirdető a jóhírű védjegyekkel megegyező kulcsszavak kiválasztása révén kínálnak eladásra olyan árukat, amelyek az említett védjegyek jogosultjai áruinak utánzatai.

**Ezzel szemben, amennyiben az interneten valamely jóhírnevet élvező védjeggyel megegyező kulcsszó alapján megjelenített hirdetés a jóhírnevet élvező védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak alternatíváját kínálja, de nem az említett védjegy jogosultja áruinak vagy szolgáltatásainak egyszerű utánzatát árulja, nem okoz felhígulást, nem károsítja a jóhírnevet (megfakulás), vagyis nem sérti a védjegy funkcióit, az ilyen használat főszabály szerint a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások ágazatában folyó egészséges és tisztességes verseny körébe tartozik.**

---

<sup>2</sup> A C-236/08–C-238/08. sz., Google France és Google Inc. és társai kontra Louis Vuitton Malletier és társai egyesített ügyekben 2010. március 23-án hozott ítélet (EBHT 2010.; I-2417. o.), lásd a [32/10.](#) sz. sajtóközleményt.

**EMLÉKEZTETŐ:** Az előzetes döntéshozatali eljárás lehetővé teszi a tagállami bíróságok számára, hogy az előttük folyamatban lévő jogvita keretében az uniós jog értelmezésére vagy valamely uniós jogi aktus érvényességére vonatkozó kérdést terjesszenek a Bíróság elé. A Bíróság nem dönti el a tagállami bíróság előtti jogvitát. A nemzeti bíróság feladata, hogy az ügyet a Bíróság határozata alapján elbírálja. E határozat a tartalmilag hasonló kérdésben eljáró más nemzeti bíróságokat is köti.

---

*A sajtó részére készített nem hivatalos kiadvány, amely nem köti a Bíróságot.*

*A kihirdetés napján az ítélet [teljes szövege](#) megtalálható a CURIA honlapon*

*Sajtófelelős: Lehóczki Balázs ☎ (+352) 4303 5499*

*Az ítélet kihirdetésekor készített képfelvételek elérhetők: „[Europe by Satellite](#).” ☎ (+32) 2 2964106*