

# Nem játék a betűkkel

Mára már valóságos iparágga nőtte ki magát a különféle védjegyek bejegyzésével, oltalmával, a bitorlók elleni fellépéssel kapcsolatos tevékenység. Nem csoda, hiszen egy-egy jó márkanév önmagában is dollármilliókat érhet.

A szellemi tulajdon védelmére szakosodott *Pintz György* szabadalmi ügyvivő szerint, ha később nem akarunk akár milliókat veszíteni, nem érdemes hályogkovácsokra bízni a jogi procedúrát.



Fotó: Hudák László

**Pintz György** mintegy 25 éve szabadalmi ügyvivő, a Magyar Szellemi Tulajdonvédelmi Tanács tagja.

Okleveles Európa-mérnök, az ELTE Jogi Karán 1986-ban szerzett iparjogvédelmi szakjogászai diplomát. Európai szabadalmi ügyvivő, továbbá európai védjegy és design (mintaoltalmi) ügyvivő.

Tagja az Internet Szolgáltatók Jogi Tanácsadó Testületének, a Nemzetközi és az Európai Szabadalmi Ügyvivők Szervezetének, a Nemzetközi és az Európai Védjegy Ügyvivők Szervezetének, valamint több magyar és nemzetközi szervezetnek.

Számos magyar és külföldi találmány, publikáció, továbbá a „Találd fel magad” (Akadémiai Kiadó) könyv szerzője, a Pintz és Társai Szabadalmi, Védjegy és Jogi Iroda vezetője.

Négy gyermeke van, hobbjaja az asztalitenisz és a sélés.

A világ 130 országából nem kevesebb, mint nyolcezer ügyvéd, jogász és szabadalmi ügyvivő (angolul: patent, illetve trademark attorney) vett részt május végén a patinás Nemzetközi Védjegy Szövetség (INTA) 130. alkalommal megrendezett éves találkozásán. Az idén Berlinben tartott nagyszabású tanácskozáson hazánkat többek között *Pintz György* szabadalmi ügyvivő képviselte. A magyarok közül egyedülként a szakember Budapesten működő szabadalmi, védjegy- és jogi irodája kapott lehetőséget, hogy önálló standdal lehessen jelen a konferencián. Itt az iroda legújabb kezdeményezését, a [www.trademark.eu](http://www.trademark.eu) címen elérhető honlapot mutatták be a világ minden tájáról érkező szakmai érdeklődőknek.

Persze egy európai kitekintésű internetes felület létrejötte önmagában nem feltétlenül nagy esemény, hiszen jelen pillanatban az .eu kiterjesztésű domainok száma a kétmillió-nyolcszázet is meghaladja. Ha viszont azt vesszük, hogy *Pintzéknek* egy mindinkább felértékelődő jogi területen, a szó szoros értelmében néhány másodperces előnnyel sikerült külföldi versenytársaik elől megszerezniük egy, a szakma számára felbecsülhetetlen értékű domainnevet, akkor máris felmérhetjük a fegyvertény nagyságát. Az iroda új szerzeményét az ugyancsak általa életre hívott [www.szabadalmi.hu](http://www.szabadalmi.hu) és [www.vedjegy.eu](http://www.vedjegy.eu) honlapok mellé sorolta be, jelezve: a szellemi jogvédelemmel kapcsolatos ügyek egyre kikerülhetetlenebbül kapcsolódnak össze a világhálón való jelenléttel.

Ez volt a berlini tanácskozás egyik legfőbb tapasztalata is: aki az internetből kiharad,

az lemarad. Nem véletlen, hogy a mostani konferencián első ízben jelentek meg tömegesen a domainnevek jogi védelmével is foglalkozó cégek. „A világ szerencsésebb országaiban a szellemi tulajdonvédelem olyan rangos, kiemelt jogterület, melynek mellőzését ma már egyetlen komolyabb nemzetközi iroda sem engedheti meg magának. Magyarországon sem várthat sokáig magára, hogy a piaci szereplők felismerjék a márkavédelem jelentőségét” – mondja az Ügyvédvilágnak *Pintz György*. A szakember egyúttal felhívja a figyelmet: „A magyar védjegybejelentőknek tisztában kell lenniük azzal, hogy piaci helyzetük mindaddig nem lehet biztos, amíg nem a megfelelő odafigyeléssel választanak maguknak márkanévet, és azt nem védik minden lehetséges jogi eszközökkel. A névadás ugyanis korántsem játék a betűkkel, hanem nagyon is komoly feladat, melyre Nyugaton kisebbfajta iparág épül.”

„... a szellemi tulajdonvédelem az egyre összetettebb szolgáltatások irányába halad, az új jelszó pedig a következő: *mindent egy helyen! ...*”

Ha pedig valaki biztosra akar menni, akkor *Pintz György* szerint nem érdemes hályogkovácsra bízni a procedura intézését. Az ugyan nem ördögösség, hogy valaki alapszintű jogi jártassággal felvértezve egy védjegy bejegyzését kezdeményezze az illetékes hatóságnál, ám ahhoz, hogy később ne érje kellemetlen meglepetés, a dolgot e szerzteágazó szakterület ismerőire érdemes bízni. A folyamat során sok olyan buktató jelentkezhet, amire a laikus nem tud kellőképpen felkészülni. Következésképp előfordulhat, hogy valaki sokmillió forintot öl bele egy termék piacra vezetésébe, reklámozásába, majd hónapok, esetleg évek múltán kiderül, hogy az általa megálmodott márkanév más, már bejegyzett védjegyekbe ütközik, ezért nem használható.

Persze már erre is feltalálták a megoldást, ez pedig a védjegy kutatás. E folyamat

során azt kell feltérképezni, hogy egy új márkanév nem ütközik-e már létező, védett elnevezésekbe. Ez viszont nem kis feladat, hiszen nemcsak egy már meglévővel azonos, hanem ahhoz a szó szoros értelmében a megtevésztésig hasonló neveket sem adhatunk új termékünknek. Ráadásul – attól függően, hogy szellemi termékünket hány országban akarjuk levédeni – nem mindig elég csak egy adott országot feltérképezni, hanem akár az egész Európai Unióra kiterjedő kutatást kell folytatnunk. Közben olyan apróságokra is figyelniünk kell, hogy a megálmodott név ne legyen leíró jellegű, hiszen az akadálya a bejegyzésnek (ilyen formán például egy áruházláncnak nem adhatjuk a „Szuper” elnevezést).

Ezt a széles körű szolgáltatást kínálja Pintz Györgyék új európai honlapja is; mert ahogy a szakember mondja, a szellemi tulajdonvédelem az egyre összetettebb szolgáltatások irányába halad, az új jelszó pedig a következő: minden egy helyen! Ennek megfelelően a [www.trademark.eu](http://www.trademark.eu) oldalon néhány kattintás után az egész Európai Unióra kiterjedő védjegykutatást rendelhetünk meg, de ugyanitt online módon is intézhetjük ügyeinket, legyen szó uniós védjegykutatásról és -bejelentésről, vagy éppen az egész világra kiterjedő védjegyfigyelésről. Míg a védjegykutatással azt térképezzük fel, hogy az általunk választott név nem ütközik-e a már létező elnevezések valamelyikébe, a védjegyfigyelés pont ellenkezőleg működik: ez esetben egy márkanév gazdája vizsgálja rendszeresen az egyes országokban publikált védjegyek listáját, hogy egy új szereplő nem készül-e bitorolni az ő szellemi termékét. Ebben az összefüggésben Magyarország csatlakozása az Európai Unióhoz alapvető változást hozott a védjegyszabályozás hazai gyakorlatába. Korábban ugyanis az illetékes hatóság hivatalból és automatikusan vizsgálta, hogy egy új név nem ütközik-e egy már bejegyzett elnevezésbe. Ma már nem tekintjük közérdeknek a védjegyütközések felszámolását. A jogszabály a piaci szereplőkre bízta, hogy kellő körültekintéssel figyelik-e az új nevek megjelenését. Ez a gyakorlatban annyit tesz, hogy az elektronikus védjegyközlönyben megjelenik minden új név, és ha valaki átfedést észlel, akkor három hónapon belül neki kell jeleznie egy felszólalási eljárás keretében. „Ha valaki ezt elmulasztja, a védjegy bejegyzése után is kérheti annak törlését, ám ez sokkal hosszadalmasabb és bonyolultabb eljárás, amit jobb megelőzni kellő odafigyeléssel” – mondja Pintz György.

Az EU védjegy hivatala egyébként azt a lehetőséget kínálja, hogy aki nem csak a saját hazájában, illetve néhány további országban akarja levédeni szellemi termékét, annak lehetőséget kínál az egész uniós területére érvényes védettségre – melynek költsége már akár 3-4 ország eljárási díjának árából is kijön. Esetleges bitorlás esetén a nemzeti bíróságok járnak el, így nálunk a Fővárosi Bíróság jár el közösségi védjegy bíróságként.

Lényeges tehát, hogy jó védjegyet válasszunk, de bizonyos szempontból még ennél is lényegesebb, hogy az ezzel járó jogi procedúrát megfelelő szakértelemmel vigyük végig. Egy jó elnevezés pedig, mint köztudott, már fél sikert jelenthet a

piacon – nem hiába érnek dollármilliókat a világ legmárkásabb védjegyei (lásd táblázatunkat). És hogy egy jó márkanév mennyire össze tud fonódni az adott áruval, arra az olyan termékek elnevezése a példa, mint a Xerox cég. A fénymásolókat gyártó vállalat annak idején annyira márkásan jelent meg a piacon, hogy a fénymásolást a köznyelv – különös rangot adva a gyártó cégnek – egyre inkább xeroxozásként kezdte emlegetni. „Ez azonban könnyen vissza is üthet. Ha egy ilyen kifejezés ennyire közkeletűvé válik, azzal az elnevezés akár el is veszítheti a megkülönböztető jellegét” – világít rá végül Pintz György a védjegyek világának felettébb összetett voltára.

### Az Európai Unió tíz legértékesebb védjegye

Helyezés	Védjegy	Érték (millió euró)
1.	Nokia	22 440
2.	Mercedes	16 230
3.	BMW	14 610
4.	Louis Vuitton	13 110
5.	SAP	7 450
6.	IKEA	6 530
7.	Siemens	5 830
8.	Gucci	5 330
9.	Philips	5 010
10.	L’Oreal	4 760

Forrás: Millward Brown Optimor

### A világ legértékesebb védjegyei

Helyezés	Védjegy	Érték (millió dollár)
1.	Google	86 057
2.	General Electric	71 379
3.	Microsoft	70 887
4.	Coca-Cola	58 208
5.	China Mobile	57 225
6.	IBM	55 335
7.	Apple	55 206
8.	McDonald’s	49 499
9.	Nokia	43 975
10.	Marlboro	37 324

Forrás: Millward Brown Optimor

### Kisokos

- A védjegy árjelző, amely termékek, szolgáltatások egymástól való megkülönböztetését segíti. Kapcsolatot teremt az áru és gyártója között. Tulajdonosának piaci helyzetét védi a konkurens gyártók ellen. Használata egyben értékét is növeli.
- Leghatékonyabb versenyeszköz minőségjelző és reklám funkcióval. Az újdonság nem feltétel, de fontos a megkülönböztető képesség, és hogy más hasonló védjegy ne legyen az adott piaci területen. Regisztráció útján védhető minden grafikai ábrázolható megjelölés, így szó, szóösszetétel, szlogen, logo, ábra, térbeli alakzat.
- Ha sikeres a regisztráció, a lajstromozás, akkor kizárólagos jogot ad a védjegy használatára az adott országban.
- Korlátlan ideig fenntartható.
- Meghatározott árukhoz, szolgáltatásokhoz kötődik.
- Egységes Európai Uniós oltalomra is van lehetőség.