A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (első tanács)

2008. november 27.*

A C-252/07. sz. ügyben,

az EK 234. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Egyesült Királyság) a Bírósághoz 2007. május 29-én érkezett, 2007. május 15-i határozatával terjesztett elő az előtte

az **Intel Corporation Inc.**

és

a **CPM United Kingdom Limited**

között folyamatban lévő eljárásban,

A BÍRÓSÁG (első tanács),

tagjai: P. Jann tanácselnök, M. Ilešič (előadó), A. Tizzano, A. Borg Barthet, és E. Levits bírák,

* Az eljárás nyelve: angol.

főtanácsnok: E. Sharpston,
hivatalvezető: L. Hewlett főtanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2008. április 16-i tárgyalásra,

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

– az Intel Corporation Inc. képviseletében J. Mellor QC, a CMS Cameron McKenna LLP megbízásából,

– a CPM United Kingdom Limited képviseletében M. Engelman barrister és M. Bilewycz registered trade mark attorney,

– az Egyesült Királyság Kormánya képviseletében V. Jackson, meghatalmazotti minőségben, segítője: S. Malynicz barrister,

– az olasz kormány képviseletében I. M. Braguglia, meghatalmazotti minőségben, segítője: G. Aiello. avvocato dello Stato,

– az Európai Közösségek Bizottsága képviseletében W. Wils, meghatalmazotti minőségben,

a főtanácsnok indítványának a 2008. június 26-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

1 A jelen előzetes döntéshozatal iránti kérelem 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.; a továbbiakban: irányelv) 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának értelmezésére irányul.

2 A jelen kérelem előterjesztésére azon kereset alapján került sor, amelyben az Intel Corporation Inc. (a továbbiakban: Intel Corporation) kéri az INTELMARK védjegy törlését, amelynek a CPM United Kingdom Ltd a jogosultja.

Jogi háttér

A közösségi jog

3 Az irányelvnek a „Korábbi jogokkal való ütközéssel kapcsolatos további kizáró, illetve törlési okok” című 4. cikke ekként rendelkezik:

„(1) A megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, illetve a védjegy törlésének van helye, ha

a) a megjelölés egy korábbi védjeggyel azonos, és az árujegyzékben szereplő áruk, illetve szolgáltatások azonosak a korábbi védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal;

b) a megjelölést a korábbi védjeggyel való azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt a fogyasztók a korábbi védjeggyel összetéveszthetik; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez.

(2) Az (1) bekezdés alkalmazásában »korábbi védjegy»:

a) a következőkben felsorolt minden olyan védjegy, amelynek bejelentési napja korábbi, mint a védjegybejelentés bejelentési napja, – ha ennek helye van – figyelembe véve az igényelt elsőbbségek napját:

[…]

ii. valamely tagállamban […] lajstromozott végjegy

[…]

[…]

(4) Bármelyik tagállam előírhatja továbbá, hogy a megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, illetve a védjegy törlésének van helye, ha a megjelölés:

a) a (2) bekezdés szerinti korábbi nemzeti védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló, és az árujegyzékében szereplő áruk, illetve szolgáltatások nem hasonlóak a korábbi védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, feltéve, hogy a korábbi védjegy az érintett tagállamban jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét;

[…]”

4 Az irányelvnek „A védjegyoltalom tartalma” című 5. cikke ekként rendelkezik a (2) bekezdésben:

„Bármelyik tagállam előírhatja továbbá, hogy a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki hozzájárulása nélkül gazdasági tevékenység körében a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használ az árujegyzékben szereplő árukhoz, illetve szolgáltatásokhoz nem hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, feltéve, hogy a védjegy a tagállamban jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét.”

5 A Bíróság a következőképpen értelmezte ez utóbbi rendelkezést a C-408/01. sz., Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben 2003. október 23-án hozott ítéletének (EBHT 2003., I-12537. o.) 29. és 30. pontjában:

„29 Az irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében említett sérelmek, amennyiben megvalósulnak, a védjegy és a megjelölés bizonyos fokú hasonlóságának következményei, amely által az érintett vásárlóközönség egymással rokonítja a kettőt, vagyis kapcsolatba hozza őket egymással, ugyanakkor nem keveri őket össze (lásd ebben az értelemben a C-375/97. sz. General Motors ügyben 1999. szeptember 14-én hozott ítélet [EBHT 1999., I-5421. o.] 23. pontját).

30 Azt, hogy az irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján fennáll-e egy ilyen kapcsolat, éppúgy mint az összetéveszthetőséget, az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni (lásd az összetéveszthetőséget illetően a [C-251/95. sz.] SABEL-ügyben [1997. november 11-én] hozott ítélet [EBHT 1997., I-6191. o.] 22. pontját és a [C-425/98. sz.] Marca Mode ügyben [2000. június 22-én] hozott ítélet [EBHT 2000., I-4861. o.] 40. pontját).”

A nemzeti jog

6 Az irányelvet Nagy-Britannia és Észak-Írország Egyesült Királyságában az 1994. évi védjegytörvény (Trade Marks Act 1994., a továbbiakban: védjegytörvény) ültette át.

7 A védjegytörvény 5. cikke (3) bekezdésének a) pontja szerint „a korábbi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés nem lajstromozható, amennyiben a korábbi védjegy jó hírnevet élvez az Egyesült Királyságban (vagy közösségi védjegy [vagy nemzetközi védjegy (EK)] esetében az Európai Közösségben), és a későbbi megjelölésnek alapos ok nélküli használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét”.

8 A védjegytörvény 47. cikke (2) bekezdésének a) pontja akként rendelkezik, hogy „[a] védjegy törölésének van helye, amennyiben létezik olyan korábbi védjegy, amellyel kapcsolatban teljesülnek az 5. cikk (1), (2) vagy (3) bekezdésében megfogalmazott feltételek”.

Az alapeljárás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

9 Az Intel Corporation többek között az Egyesült Királyságban lajstromozott INTEL nemzeti szóvédjegy, valamint az „Intel” szóból álló vagy azt magában foglaló különböző más nemzeti és közösségi védjegyek jogosultja. Azon áruk és szolgáltatások, amelyek vonatkozásában e védjegyeket lajstromozták a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 9., 16., 38. és 42. osztályba tartozó számítógépek és informatikai áruk és szolgáltatások.

10 Az előzetes döntéshozatalra utaló határozatból kitűnik, hogy az INTEL védjegy az Egyesült Királyságban igen jó hírnevet élvez a mikroprocesszorok (áramkörök és perifériák), valamint a multimédia- és üzleti szoftverek tekintetében.

11 A CPM United Kingdom Ltd a jogosultja az INTELMARK nemzeti szóvédjegynek, amelyet az Egyesült Királyságban 1997. január 31-i hatállyal a Nizzai Megállapodás szerinti 35. osztályba tartozó „marketing és telemarketing szolgáltatások” tekintetében lajstromoztak.

12 2003. október 31-én az Intel Corporation a United Kingdom Trade Mark Registry előtt az INTELMARK védjegy törlése iránti kérelmet nyújtott be a védjegyekről szóló törvény 47. cikkének (2) bekezdése alapján hivatkozva arra, hogy e védjegy használata tisztességtelenül kihasználja vagy sérti a korábbi INTEL védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét ugyanezen törvény 5. cikkének (3) bekezdése értelmében.

13 Az Intel Corporation kérelmét a Hearing Officer (a United Kingdom Trade Mark Registry illetékes tisztviselője) a 2006. február 1-jei határozatával elutasította.

14 Az Intel Corporation által a High Court (England & Wales) Chancery Division (Intellectual Property) előtt benyújtott keresetet az utóbbi bíróság 2006. július 26-i ítéletével elutasította.

15 Az Intel Corporation ezen ítélettel szemben fellebbezést nyújtott be a Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) előtt.

16 E bíróság előtt az Intel Corporation előterjesztette, hogy mind az irányelv 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának, mind az 5. cikke (2) bekezdésének az a célja, hogy a jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultját oltalmazza a felhígulás veszélyével szemben.

17 A fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet alapján az Intel Corporation úgy véli, hogy az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában biztosított oltalomhoz elegendő, ha a korábbi jó hírnévvel rendelkező védjegy és a későbbi megjelölés közötti hasonlóság olyan mértékű, hogy annak hatására az érintett közönség kapcsolatot teremt a két védjegy között. A „kapcsolat” alatt

az említett védjegyek közötti bármilyen gondolati képzettársítást kell érteni. Így a korábbi védjegy egyszerű felidézése elegendő.

18 Egyebekben az Intel Corporation a fent hivatkozott General Motors ügyben hozott ítélet 30. pontja alapján azt állítja, hogy amikor a korábbi védjegy egyedi és erős megkülönböztető képességgel rendelkezik, akkor el kell fogadni, hogy gyakorlatilag bármely más áru vagy szolgáltatás vonatkozásában való használata sérelmet okoz számára. Az Intel Corporation ehhez hozzáfűzi, hogy ha a korábbi védjegy egyedi és jól ismert, akkor már kezdetén le kell állítani minden jogsértést, mivel ellenkező esetben e védjegy tartalma lassan kiüresedik.

19 A kérdést előterjesztő bíróság először is megállapítja, hogy az „Intel" az általa azonosított árukon kívül semmilyen jelentéssel nem rendelkező kitalált szó, az INTEL védjegy egyedi abban az értelemben, hogy az azt alkotó szót senki sem használta az Intel Corporationön kívül olyan árukra, amelyeket ő forgalmaz, illetve olyan szolgáltatásokra, amelyeket nyújt, és végül az említett védjegy igen jó hírnévnek örvend az Egyesült Királyságban a számítógépek és a számítógéphez kapcsolódó áruk esetében.

20 Másodszor a kérdést előterjesztő bíróság úgy véli, hogy az INTEL és az INTELMARK védjegyek hasonlóak, de abból az előfeltételből indul ki, hogy az INTELMARK használata nem képes kereskedelmi kapcsolatot felidézni az Intel Corporationnel.

21 Harmadszor a kérdést előterjesztő bíróság megállapítja, hogy egyrészt azok az áruk – különösen a számítógépek és a számítógéphez kapcsolódó áruk és szolgáltatások – amelyek vonatkozásában az „Intel" szóból álló, vagy ezt a szót tartalmazó nemzeti és közösségi védjegyeket – amelyeknek az Intel Corporation a jogosultja – lajstromozták, másrészt azok a szolgáltatások, amelyek tekintetében az INTELMARK védjegyet lajstromozták, nem hasonlóak.

22 A kérdést előterjesztő bíróság arra vár választ, hogy az ilyen tényleges körülmények között a korábbi jó hírnévvel rendelkező védjegy jogosultjának van-e joga az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában előírt oltalomra. Általánosabban e bíróság kérdése ezen oltalom feltételeire és terjedelmére vonatkozik.

23 Ennélfogva a Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) felfüggesztette eljárását, és a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé előzetes döntéshozatal céljából:

„1) Az [irányelv] 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának alkalmazásában, amennyiben:

a) a korábbi védjegy bizonyos meghatározott áruk vagy szolgáltatások tekintetében igen jó hírnévnek örvend,

b) ezen áruk vagy szolgáltatások nem hasonlóak vagy lényeges mértékben eltérnek a későbbi védjegy áruitól vagy szolgáltatásaitól,

c) a korábbi védjegy egyedi bármilyen áru vagy szolgáltatás tekintetében,

d) az átlagfogyasztót a korábbi védjegyre emlékezteti a későbbi védjegy szolgáltatásaihoz használt későbbi védjeggyel való találkozás,

elégségesek-e ezek a tények önmagukban ahhoz, hogy megalapozzanak i. a [fent hivatkozott Adidas Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet] 29. és 30. pontjának értelmében vett »kapcsolatot«, és/vagy ii. ugyanezen cikk értelmében vett tisztességtelen kihasználást és/vagy sérelmet?

2) Amennyiben nem, milyen tényezőket kell a nemzeti bíróságnak figyelembe vennie annak eldöntéséhez, hogy a kapcsolat elégséges-e? Különösen a »kapcsolat« fennállása meghatározására irányuló, átfogó mérlegelés keretében milyen jelentőséget kell tulajdonítani a későbbi védjegy leírásában szereplő áruknak vagy szolgáltatásoknak?

3) [Az irányelv] 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának összefüggésében, mi szükséges ahhoz, hogy a megkülönböztető képesség sérelmének feltételei teljesüljenek? Különösen, i. egyedinek kell-e lennie a korábbi védjegynek, ii. elégséges-e az első ütköző használat a megkülönböztető képesség sérelmének megállapításához, és iii. ki kell-e hatnia a korábbi védjegy megkülönböztető képességére vonatkozó sérelemnek a fogyasztó gazdasági magatartására?"

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekről

Előzetes észrevételek

24 Meg kell állapítani, hogy az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontját és 5. cikkének (2) bekezdését lényegében azonos módon fogalmazták meg, és azok azonos oltalmat kívánnak nyújtani a jó hírnévvel rendelkező védjegy számára.

25 Ebből következően a Bíróság által a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben az irányelv 5. cikke (2) bekezdésének adott értelmezés az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjára is érvényes (lásd ebben az értelemben a C-292/00. sz. Davidoff-ügyben 2003. január 9-én hozott ítéletének [EBHT 2003., I-389. o.] 17. pontját).

Az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontja által nyújtott oltalom

26 Az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontja az ugyanezen cikk (1) bekezdésében előírtnál szélesebb körű oltalmat vezet be a jó hírnévvel rendelkező védjegyek javára. Ezen oltalom különös feltétele a vitatott megjelölés olyan alapos ok nélküli használata, amely a védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét tisztességtelenül kihasználja vagy kihasználhatja, illetőleg sérti vagy sértheti (lásd ebben az értelemben, az irányelv 5. cikkének (2) bekezdését illetően a fent hivatkozott Marca Mode ügyben hozott ítélet 36. pontját, a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben

hozott ítélet 27. pontját, valamint a C-102/07. sz., adidas és adidas Benelux ügyben 2008. április 10-én hozott ítélet [EBHT 2008., I-2439. o.] 40. pontját).

27 Az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontja a jó hírnévvel rendelkező védjegy számára a következő sérelmekkel szemben biztosítja az említett oltalmat: először is a korábbi védjegy megkülönböztető képességének megsértése, másodszor e védjegy jó hírnevének megsértése és harmadszor az említett védjegy jó hírnevének vagy megkülönböztető képességének tisztességtelen kihasználása.

28 A sérelmek e három típusa közül egyetlen is elegendő az említett rendelkezés alkalmazáshoz.

29 Közelebbről, a korábbi védjegy megkülönböztető képességének megsértését illetően – amelyet „felhígulásnak”, „felmorzsolódásnak” és „zavarásnak” is neveznek – ez a károsodás abból áll, hogy meggyengül e védjegy képessége az árujegyzékben szereplő áruknak és szolgáltatásoknak e védjegy jogosultjától származóként való azonosítására, a későbbi megjelölés használata a korábbi védjegy önazonosságának és a vásárlóközönség képzetére gyakorolt befolyásolásának diszperziójával jár. Ez a helyzet akkor, ha a korábbi védjegy, amely közvetlen asszociációt keltett az árujegyzékben szereplő áruk és szolgáltatások tekintetében, többé nem alkalmas erre.

30 Az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában említett sérelmek – amennyiben megvalósulnak – a korábbi és a későbbi védjegy bizonyos mértékű hasonlóságának következményei, amely miatt az érintett vásárlóközönség rokonítja egymással a két védjegyet, vagyis kapcsolatba hozza, azonban nem téveszti össze őket egymással, (lásd

az irányelv 5. cikkének (2) bekezdését illetően a fent hivatkozott General Motors ügyben hozott ítélet 23. pontját, a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet 29. pontját, valamint az adidas és adidas Benelux ügyben hozott ítélet 41. pontját).

31 Ha a vásárlóközönség képzetében nem áll fenn ez a kapcsolat, akkor a későbbi védjegy használata nem alkalmas arra, hogy megsértse vagy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét.

32 Önmagában egy ilyen kapcsolat fennállása alapján azonban nem lehet az ezen irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában említett valamely olyan sérelem fennállására következtetni, amely – amint az a jelen ítélet 26. pontjában felidézésre került – a jó hírnévnek örvendő védjegyek oltalmának e rendelkezés által előírt sajátos feltételét képezi.

Az érintett vásárlóközönségről

33 Az annak érdekében figyelembe veendő vásárlóközönség, hogy az irányelv 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának alapján helye van-e a későbbi védjegy törlésének, a korábbi védjegy jogosultja által hivatkozott sérelem típusának függvényében változik.

34 Ugyanis egyrészt mind a védjegy megkülönböztető képességét, mind annak a jó hírnevét az érintett vásárlóközönség észlelése szempontjából lehet értékelni, amely vásárlóközönség az árujegyzékben szereplő áruk és szolgáltatások szokásosan

tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos fogyasztójából áll (lásd a megkülönböztető képességet illetően a C-363/99. sz. Koninklijke KPN Nederland ügyben 2004. február 12-én hozott ítélet [EBHT 2004., I-1619. o.] 34. pontját; lásd ebben az értelemben, a jó hírnevet illetően, a fent hivatkozott General Motors ügyben hozott ítélet 24. pontját).

35 Ebből következően a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét sértő sérelmek fennállását azon áruk és szolgáltatások átlagos, szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztója szempontjából kell értékelni, amelyek vonatkozásában ezt a védjegyet lajstromozták.

36 Másrészt a korábbi védjegy megkülönböztető képességének vagy jó hírnevének tisztességtelen kihasználásából álló sérelmet illetően – amennyiben az e védjegyből a későbbi védjegy jogosultja által szerzett előnyre vonatkozik a tilalom –, az említett sérelem fennállását azon áruk és szolgáltatások átlagos, szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztója szempontjából kell értékelni, amelyek vonatkozásában a későbbi védjegyet lajstromozták.

A bizonyítékról

37 Az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában bevezetett oltalomból való részesülés érdekében a korábbi védjegy jogosultjának bizonyítania kell, hogy a későbbi megjelölés használata „sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét”.

38 A korábbi védjegy jogosultjának ebből a célból nem kell bizonyítania a védjegye tényleges és aktuális sérelmének fennállását az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontja értelmében. Ugyanis amennyiben előrelátható, hogy a későbbi védjegy jogosultja általi használatból ilyen sérelem következik, akkor a korábbi védjegy jogosultját nem lehet arra kötelezni, hogy megvárja a sérelem tényleges megvalósulását ahhoz, hogy megtilthassa az említett használatot. A korábbi védjegy jogosultjának azonban bizonyítania kell azon tények fennállását, amelyek alapján az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyére lehet következtetni.

39 Ha a korábbi védjegy jogosultjának sikerül bizonyítania akár az irányelv 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának értelmében a védjegye tényleges és aktuális sérelmét, akár ennek hiányában az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét, a későbbi védjegy jogosultjának feladata annak bizonyítása, hogy e védjegy használatának jogos indoka van.

Az első kérdés i. pontjáról és a második kérdésről

40 Az első kérdés i. pontjával és a második kérdéssel a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra vár választ, hogy melyek a lényeges kritériumok annak értékelésére, hogy fennáll-e a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet értelmében vett kapcsolat (a továbbiakban: kapcsolat) a jó hírnévvel rendelkező védjegy és azon későbbi védjegy között, amelynek a törlését kérték.

41 Azt, hogy fennáll-e ilyen kapcsolat, az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni (lásd az irányelv 5. cikkének (2) bekezdését illetően a fent

hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet 30. pontját, valamint a fent hivatkozott adidas és adidas Benelux ügyben hozott ítélet 42. pontját).

42 Ezen elemek között a következőket lehet megemlíteni:

– az ütköző védjegyek közötti hasonlóság mértéke;

– azon áruk és szolgáltatások természete, amelyek vonatkozásában az ütköző védjegyeket lajstromozták, beleértve ezen áruk vagy szolgáltatások, valamint az érintett vásárlóközönség közelségének vagy különbözőségének mértékét;

– a korábbi védjegy jó hírnevének erőssége;

– a korábbi védjegy benne rejlő vagy a használattal megszerzett megkülönböztető képességének mértéke;

– az összetéveszthetőség fennállása a vásárlóközönség képzetében.

43 Ebben a tekintetben ki kell fejteni a következőket.

44 Az ütköző védjegyek közötti hasonlóság mértékét illetően minél nagyobb közöttük a hasonlóság, annál valószínűbb, hogy a későbbi védjegy felidézi a korábbi jó hírnévvel rendelkező védjegyet az érintett vásárlóközönség képzetében. Ez még inkább így van, ha az említett védjegyek azonosak.

45 E védjegyek közötti kapcsolat fennállásának megállapításához azonban nem elegendő az ütköző védjegyek azonossága, még kevésbé azok egyszerű hasonlósága.

46 Lehetséges ugyanis, hogy az ütköző védjegyeket olyan áruk és szolgáltatások vonatkozásában lajstromozták, amelyek érintett vásárlóközönségei nem fedik egymást.

47 Egyebekben emlékeztetni kell arra, hogy a védjegy jó hírnevét azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönségének viszonyában kell vizsgálni, amelyek vonatkozásában ezt a védjegyet lajstromozták. Ez jelentheti a nagyközönséget vagy egy szakavatottabb vásárlóközönséget is (lásd a fent hivatkozott General Motors ügyben hozott ítélet 24. pontját).

48 Nem zárható tehát ki, hogy azon áruk vagy szolgáltatások érintett vásárlóközönsége, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták, teljesen különbözik azon áruk és szolgáltatások vásárlóközönségétől, amelyek vonatkozásában a későbbi védjegyet lajstromozták, és a korábbi védjegy, annak ellenére, hogy jó hírnévvel rendelkezik, teljesen ismeretlen a későbbi védjegy által érintett vásárlóközönség számára. Hasonlóképpen lehet, hogy e két védjegy érintett vásárlóközönségei soha nem találkoznak a másik védjeggyel, ezért semmilyen kapcsolatot nem létesítenek a két védjegy között.

49 Ezenkívül még ha azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönségei, amelyek vonatkozásában az ütköző védjegyeket lajstromozták, azonosak is, vagy bizonyos

mértékben átfedik egymást, lehetséges, hogy az említett áruk vagy szolgáltatások annyira különbözőek, hogy a későbbi védjegy az érintett vásárlóközönség képzetében nem képes felidézni a korábbi védjegyet.

50 Ennélfogva az e védjegyek közötti kapcsolat fennállásának vizsgálata céljából figyelembe kell venni azon áruk vagy szolgáltatások természetét, amelyek vonatkozásában az ütköző védjegyeket lajstromozták.

51 Azt is hangsúlyozni kell, hogy bizonyos védjegyek szert tehettek olyan jó hírnévre is, amely túllterjed azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönségén, amelyek vonatkozásában lajstromozták őket.

52 Ebben az esetben lehetséges, hogy azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönsége, amelyekre a későbbi védjegyet lajstromozták, akkor is rokonítja az ütköző védjegyeket, ha teljesen különbözik azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönségétől, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták.

53 Ennélfogva az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállásának vizsgálata céljából szükség lehet a korábbi védjegy jó hírneve erősségének figyelembevételére annak meghatározása érdekében, hogy ez a jó hírnév túllép-e az e védjeggyel érintett vásárlóközönségen.

54 Hasonlóképpen minél erősebb, akár belső, akár e védjegy használatával megszerzett megkülönböztető képességgel rendelkezik a korábbi védjegy, annál valószínűbb, hogy a későbbi védjeggyel szembesülve az érintett vásárlóközönség felidézi a korábbi védjegyet.

55 Ennélfogva az ütköző védjegyek közötti kapcsolatok fennállásának vizsgálata céljából figyelembe kell venni a korábbi védjegy megkülönböztető képességének mértékét.

56 Ebben a tekintetben, amennyiben valamely védjegy azon képessége, hogy azonosítsa azokat az árukat vagy szolgáltatásokat, amelyek vonatkozásában lajstromozták és az említett védjegy jogosultjától származóként használták, és ebből következően megkülönböztető képessége erősebb, ha ez a védjegy egyedi – azaz, ha az INTEL-hez hasonló szóvédjegyet illetően a szót, amelyből ez a védjegy áll, senki más, semmiféle áru vagy szolgáltatás vonatkozásában nem használta, csak e védjegy jogosultja az általa forgalmazott árukra és az általa nyújtott szolgáltatásokra –, ellenőrizni kell, hogy a korábbi védjegy egyedi vagy lényegében egyedi-e.

57 Végül, szükségszerűen meg kell állapítani az ütköző védjegyek közötti kapcsolatot az összetévesztés veszélye esetén, azaz ha az érintett vásárlóközönség azt hiszi, vagy azt hiheti, hogy a korábbi és a későbbi védjeggyel forgalmazott áruk vagy szolgáltatások ugyanattól a vállalkozástól vagy gazdaságilag egymással kapcsolatban álló vállalkozásoktól származnak (lásd ebben az értelemben különösen a C-342/97. sz. Lloyd Schuhfabrik Meyer ügyben 1999. június 22-én hozott ítélet [EBHT 1999., I-3819. o.] 17. pontját és a C-533/06. sz., O2 Holdings és O2 (UK) ügyben 2008. június 12-én hozott ítélet [EBHT 2008., I-4231. o.] 59. pontját).

58 Amint azonban az a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet 27–31. pontjából kitűnik, az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjával bevezetett oltalomhoz nem szükséges az összetévesztés veszélyének fennállása.

59 A kérdést előterjesztő bíróság egészen pontosan azt kérdezi, hogy az előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdés a)–d) pontjában felsorolt körülmények elegendőek-e az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállásának megállapításához.

60 Az e kérdés d) pontjában meghatározott körülményt illetően az a tény, hogy a későbbi védjegy a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos fogyasztó képzetében felidézi a korábbi védjegyet, egyenértékű az ilyen kapcsolat fennállásával.

61 Az ugyanezen kérdés a)–c) pontjában meghatározott körülményeket illetően, amint az a jelen ítélet 41–58. pontjából kitűnik, ezek a körülmények nem szükségszerűen foglalják magukban az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállását, azt azonban nem is zárják ki. A kérdést előterjesztő bíróság feladata, hogy a vizsgálatát az alapügy teljes tényállására alapozza.

62 Az első kérdés i. pontjára és a második kérdésre tehát azt a választ kell adni, hogy az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet értelmében vett kapcsolatot a korábbi jó hírnévvel rendelkező védjegy és a későbbi védjegy között az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni.

63 Az a tény, hogy későbbi védjegy a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos fogyasztó képzetében felidézi a korábbi védjegyet, egyenértékű a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet értelmében vett, az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállásával.

64 Az a tény, hogy:

– a korábbi védjegy jó hírneve bizonyos meghatározott áruk vagy szolgáltatások tekintetében rendkívüli, és

– ezen áruk vagy szolgáltatások és azok az áruk vagy szolgáltatások, amelyek vonatkozásában a későbbi védjegyet lajstromozták, nem hasonlóak, vagy lényeges mértékben eltérnek, és

– a korábbi védjegy egyedi bármilyen áru vagy szolgáltatás tekintetében,

nem foglalja szükségszerűen magában a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet értelmében vett kapcsolat fennállását az ütköző védjegyek között.

Az első kérdés ii. pontjáról és a harmadik kérdésről

65 Az első kérdés ii. pontjával a kérdést előterjesztő bíróság arra vár választ, hogy az a)–d) pontokban felsorolt körülmények elegendőek-e annak bizonyítására, hogy a későbbi védjegy használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét. A harmadik kérdéssel a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra vár választ, hogy melyek a lényeges kritériumok annak vizsgálata céljából, hogy a későbbi védjegy használata sérti vagy sértheti a korábbi védjegy megkülönböztető képességét.

66 Először is, ahogyan a jelen ítélet 30. pontjában felidézésre került, az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában említett sérelmek, amennyiben megvalósulnak, a korábbi és a későbbi védjegy bizonyos fokú hasonlóságának következményei, amely által az érintett vásárlóközönség rokonítja egymással a két védjegyet, vagyis azokat kapcsolatba hozza egymással, azonban azokat nem téveszti össze.

67 Minél erőteljesebben és közvetlenebbül idézi fel a későbbi védjegy a korábbi védjegyet, annál nagyobb annak a kockázata, hogy a későbbi védjegy aktuális vagy jövőbeli használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét.

68 Ebből következik, hogy az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállásához hasonlóan az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában meghatározott egyik sérelem fennállását vagy az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét is az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni, amely elemek között szerepelnek a jelen ítélet 42. pontjában már felsorolt kritériumok.

69 Végeredményben a korábbi védjegy jó hírnevének erősségét és megkülönböztető képessége mértékét illetően a Bíróság már határozott arról, hogy minél jelentősebb a korábbi védjegy megkülönböztető képessége és jó hírneve, annál könnyebb lesz annak elfogadása, hogy számára sérelmet okoztak (lásd az irányelv 5. cikke (2) bekezdését illetően a fent hivatkozott General Motors ügyben hozott ítélet 30. pontját).

70 Másodszor az első kérdés a)–d) pontjában felsorolt körülmények nem elegendőek az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontja értelmében vett tisztességtelen kihasználás és/vagy sérelem megállapításához.

71 Különösen az e kérdés d) pontjában meghatározott körülményt illetően – amint az a jelen ítélet 32. pontjában már kiemelésre került – az ütköző védjegyek közötti ilyen kapcsolat fennállása nem mentesíti a korábbi védjegy jogosultját az alól, hogy bizonyítsa a védjegye tényleges és aktuális sérelmének fennállását az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontja értelmében, vagy az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét.

72 Végül közelebbről a korábbi védjegy megkülönböztető képessége megsértését illetően a harmadik kérdés második részére úgy kell válaszolni, hogy először is a korábbi védjegynek nem kell egyedinek lennie az ilyen sérelem vagy az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélye fennállásának megállapításához.

73 A jó hírnévvel rendelkező védjegy ugyanis szükségszerűen rendelkezik – legalábbis a használat révén szerzett – megkülönböztető képességgel. Ebből következően még akkor is, ha a korábbi jó hírnévvel rendelkező védjegy nem egyedi, az azzal azonos vagy ahhoz hasonló későbbi védjegy gyengítheti a korábbi védjegy megkülönböztető képességét.

74 Azonban minél inkább egyedi a korábbi védjegy, az azzal azonos vagy ahhoz hasonló későbbi védjegy használata annál inkább sértheti annak megkülönböztető képességét.

75 Másodszor az azonos vagy hasonló későbbi védjegy első használata is elegendő lehet adott esetben a korábbi védjegy megkülönböztető képességének tényleges és aktuális megsértéséhez vagy az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezése komoly veszélyének előidézéséhez.

76 Harmadszor, amint az már a jelen ítélet 29. pontjában kiemelésre került a korábbi védjegy megkülönböztető képességének megsértése abból áll, hogy meggyengül e védjegy képessége az árujegyzékben szereplő áruknak és szolgáltatásoknak e védjegy jogosultjától származóként való azonosítására, a későbbi megjelölés használata a korábbi védjegy önazonosságának és a vásárlóközönség képzete befolyásolásának diszperziójával jár.

77 Ebből következik, hogy annak bizonyítása, hogy a későbbi védjegy használata sérti vagy sértheti a korábbi védjegy megkülönböztető képességét, feltételezi annak bizonyítását, hogy a későbbi védjegy használata következtében megváltozott az átlagos fogyasztó gazdasági magatartása azon áruk vagy szolgáltatások esetében, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták, vagy ilyen változás jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélye áll fenn.

78 Annak értékelése szempontjából, hogy a későbbi védjegy használata sérti vagy sértheti-e a későbbi védjegy megkülönböztető képességét, közömbös viszont az, hogy a későbbi védjegy jogosultjának származik-e tényleges kereskedelmi haszna a korábbi védjegy megkülönböztető képességéből.

79 Az első kérdés második részére és a harmadik kérdésre ezért azt a választ kell adni, hogy az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezi, hogy az olyan későbbi védjegy használatának fennállását, amely sérti vagy sértheti, tisztességtelenül kihasználja vagy kihasználhatja a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét, az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni.

80 Az a tény, hogy:

– a korábbi védjegy jó hírneve bizonyos meghatározott áruk vagy szolgáltatások tekintetében rendkívüli, és

– ezen áruk vagy szolgáltatások és azok az áruk vagy szolgáltatások, amelyek vonatkozásában a későbbi védjegyet lajstromozták, nem hasonlóak, vagy lényeges mértékben eltérnek, és

– a korábbi védjegy egyedi bármilyen áru vagy szolgáltatás tekintetében, és

– a későbbi védjegy a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos fogyasztó képzetében a korábbi védjegyet idézi fel,

nem elegendő annak bizonyításához, hogy a későbbi védjegy használata sérti vagy sértheti, illetőleg tisztességtelenül kihasználja vagy kihasználhatja a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét az irányelv 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának értelmében.

81 Az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy:

– a későbbi védjegy használata akkor is képes a korábbi védjegy megkülönböztető képességének megsértésére, ha a korábbi védjegy nem egyedi;

– a korábbi védjegy megkülönböztető képességének megsértéséhez a későbbi védjegy első használata is elegendő lehet;

– annak bizonyítása, hogy a későbbi védjegy használata sérti vagy sértheti a korábbi védjegy megkülönböztető képességét, feltételezi annak bizonyítását, hogy a későbbi védjegy használatának következtében megváltozott az átlagos fogyasztó gazdasági magatartása azon áruk vagy szolgáltatások esetében, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták, vagy ilyen változás jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélye áll fenn.

A költségekről

82 Mivel ez az eljárás az alapeljárásban részt vevő felek számára a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárás egy szakaszát képezi, ez a bíróság dönt a költségekről. Az észrevételeknek a Bíróság elé terjesztésével kapcsolatban felmerült költségek, az említett felek költségeinek kivételével, nem téríthetők meg.

A fenti indokok alapján a Bíróság (első tanács) a következőképpen határozott:

1) **A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy a korábbi jóhírnévvel rendelkező védjegy és a későbbi védjegy közötti, a C-408/01. sz., Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben 2003. október 23-án hozott ítélet értelmében vett kapcsolat fennállását az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni.**

2) **Az a tény, hogy a későbbi védjegy a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos fogyasztó képzetében a korábbi védjegyet idézi fel, egyenértékű a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet értelmében vett, az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállásával.**

3) **Az a tény, hogy:**

   – **a korábbi védjegy jó hírneve bizonyos meghatározott áruk vagy szolgáltatások tekintetében rendkívüli, és**

   – **ezek az áruk vagy szolgáltatások és azok az áruk vagy szolgáltatások, amelyek vonatkozásában a későbbi védjegyet lajstromozták, nem hasonlóak, vagy lényeges mértékben eltérnek, és**

– **a korábbi védjegy bármilyen áru vagy szolgáltatás tekintetében egyedi,**

nem foglalja szükségszerűen magában a fent hivatkozott Adidas-Salomon és Adidas Benelux ügyben hozott ítélet értelmében vett kapcsolat fennállását az ütköző védjegyek között.

4) **A 89/104 irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezi, hogy az olyan későbbi védjegy használatának fennállását, amely sérti vagy sértheti, tisztességtelenül kihasználja vagy kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét, az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni.**

5) **Az a tény, hogy:**

– **a korábbi védjegy jó hírneve bizonyos meghatározott áruk vagy szolgáltatások tekintetében rendkívüli, és**

– **ezen áruk vagy szolgáltatások és azok az áruk vagy szolgáltatások, amelyek vonatkozásában a későbbi védjegyet lajstromozták, nem hasonlóak, vagy lényeges mértékben eltérnek, és**

– **a korábbi védjegy bármilyen áru vagy szolgáltatás tekintetében egyedi, és**

– **a későbbi védjegy a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos fogyasztó képzetében felidézi a korábbi védjegyet,**

nem elegendő annak bizonyításához, hogy a későbbi védjegy használata sérti vagy sértené, tisztességtelenül kihasználja vagy kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét a 89/104 irányelv 4. cikke (4) bekezdése a) pontjának értelmében.

6) **A 89/104 irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy**

– **a későbbi védjegy használata akkor is képes a korábbi védjegy megkülönböztető képességének megsértésére, ha a korábbi védjegy nem egyedi;**

– **a korábbi védjegy megkülönböztető képességének megsértéséhez a későbbi védjegy első használata is elegendő lehet;**

– **annak bizonyítása, hogy a későbbi védjegy használata sérti vagy sértheti a korábbi védjegy megkülönböztető képességét, feltételezi annak bizonyítását, hogy a későbbi védjegy használatának következtében megváltozott az átlagos fogyasztó gazdasági magatartása azon áruk vagy szolgáltatások esetében, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták, vagy ilyen változás jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélye áll fenn.**

Aláírások