

---

---

# Fogyasztóvédelmi szempontok a szellemi alkotások területén\*

Szilágyi Gábor\*\*

---

Napjainkban a fogyasztóvédelem egyes kérdései egyre inkább előtérbe kerülnek. E jogterület közel fél évszázados története alatt kiemelt figyelemnek örvendhet. Jelen írásban arra törekedtem, hogy egy első olvasásra idegennek tűnő szempontból, a szellemi alkotások jogának perspektívájából világítsam meg az egyes fogyasztóvédelmi relációkat. A jogintézmények jellegénél fogva erősebb kapcsolat iparjogvédelmi instrumentumok esetén merül majd fel. Azonban, mint azt majd láthatjuk, számos kapcsolódási pont fedezhető fel a két jogterület között direkt és indirekt módon, az egyes szakágazati célok eltérő mivolta ellenére is. Összességében pedig elmondható, hogy bizonyos felmerülő kérdésekre a kétjogterület komplementer jelleggel képes választ adni, a szellemi alkotások jogának egyes szabályai pedig szerepet vállalnak a fogyasztók védelmében is.

**Kulcsszavak:** szellemi alkotások, fogyasztóvédelem, iparjogvédelem, szerzői jog

## Consumer protection aspects of intellectual works

Nowadays, some aspects of consumer protection are coming to the fore. Throughout its nearly half-century-long history, this area of law has enjoyed special attention. In this paper, I tried to shed light on particular consumer protection relations from a perspective that seems foreign to first reading, that is, from the perspective of intellectual property law. Due to the nature of legal institutions, a stronger relationship will emerge in the case of industrial property instruments. However, as we will see, a number of points of connection between the two areas of law can be discovered in a direct and indirect way, despite the different nature of the particular sectoral objectives. Overall, it can be said that the two areas of law are able to provide answers to certain emerging issues in a complementary manner, and certain rules of intellectual property law also play a role in consumer protection.

**Keywords:** intellectual property, IP rights, consumer protection, industrial property protection, copyright protection

DOI: 10.32980/MJSz.2021.1.946

## 1. Bevezetés

A szellemi alkotások joga és a fogyasztóvédelem területe első gondolataink szerint két egymástól elkülönült jogterület, amelynek nem is igazán vannak közös metszéspontjai. Ha kicsit közelebbről szemügyre vesszük, azonban ezt a két

---

\* A tanulmányt a szerző Prof. Dr. Tattay Levente emlékére ajánlja. Professzor úr egyszemélyben volt kimagasló szaktudású elme, motiváló tanító, és nagyszerű ember. Emléke, örökre szívünkben él. A tanulmány megírása az Igazságügyi Minisztérium jogászképzés színvonalának emelését célzó programjai keretében valósult meg.

\*\* PhD-hallgató, Debreceni Egyetem, Marton Géza Állam- és Jogtudományi Doktori Iskola.

területet máris találkozhatunk néhány hasonlósággal, és minél tovább vizsgáljuk őket, annál több közös elemet fedezhetünk fel közöttük.

A magyar jogirodalomban korábban a fogyasztóvédelem és az iparjogvédelem – illetve annak egyes oltalmi formái – közötti kapcsolatok rendszerével Bognár Istvánné, Lontai Endre, Vida Sándor, Tattay Levente, Gödölle István és Csécsy György alkotott. A fogyasztóvédelem és a szerzői jog kapcsolatával pedig a felsorolt szerzők érintőlegesen, vagy önállóan értekeztek. Míg Kiss Tibor pedig az egyes kérdéseivel foglalkozott. A nemzetközi irodalmat vizsgálva pedig mindenképp említést érdemel, hogy a Szellemi Tulajdon Világszervezete (WIPO) 1983-ban nagy tanulmányt jelentetett meg az ipari tulajdon szerepéről a fogyasztóvédelemben. Külön büszkeségre ad okot a fent említett tanulmány, mivel Bogsch Árpád WIPO elnöksége alatt készült el, és az Ő köszöntő szavaival kezdődően olvashatjuk azt.<sup>1</sup> Jelen tanulmányban egy ízelítőt kívánok bemutatni a kedves olvasónak, amely megvilágítja ennek a két önmagában is nagyon érdekes és értékes jogterületnek az egyes összefüggéseit. Mind két jogterület közös jellemzője, hogy igencsak heterogén, sajátos jogi tárgya van és igen komplex ismeretanyaga. Az írásomban alapvetően összehasonlító és elemző módszerek alkalmazásával igyekszem az egyes hasonlóságokat, eltéréseket és kapcsolatokat bemutatni. A tanulmány a „Fogyasztóvédelemi szempontok a szellemi alkotások területén” címet kapta, mivel a legfontosabb ismérvek mind az iparjogvédelem, mind a szerzői jog területén érvényesülnek, azonban az eredmények bemutatására legfőképpen az iparjogvédelem szempontjából teszek kísérletet.

## 2. Történeti áttekintés

A szellemi alkotások történeti elemzéséhez célszerű megkülönböztetni e jogterületet a két nagy ismert csoportja szerint szerzői jogra és iparjogvédelemre. A következőkben, nagyvonalakban szeretném bemutatni a szellemi alkotások jogának; azt követően pedig a fogyasztóvédelemnek a történelmi fejlődését, hogy ezzel is rávilágítsak a kettő között fennálló kapcsolatok és különbözőségek rendszerére.

A szerzői jogi kialakulását három tényező együttes hatásaként írhatjuk le. Ezek közül az első a könyvnyomtatás technikájának feltalálása, amely mint technikai ok, hozta létre a szellemi alkotások megóvásának a szükségességét. A második megemlítendő tényező az individualizmus, mint eszmetörténet megjelenése. A középkor művészetét az anonimitás jellemezte, viszont a reneszánsz korszakában az ember, mint szellemi egyéniség talált újra magára, és a korszakot is ez jellemezte. A művészek itt már arra törekedtek, hogy nevüket minél szélesebb körben megismerjék – mai szóhasználattal élve a koruk „celeb” hírességei legyenek – és, hogy híruk megmaradjon. Ezt a fajta törekvést nevezhetjük az alanyi oldalnak a szerzői jog kialakulást vizsgálva. A harmadik tényező csoportba a társadalmi igényt kell sorolni, amely az emberektől eredt és azt kívánta, hogy szellemi alkotások „tulajdonosai” lehessenek. Igaz ez utóbbi csak az elmúlt két évszázad jellemzőjeként

<sup>1</sup> WIPO: *The role of industrial property in the protection of consumers*. World Intellectual Property Organization, Genf, 1983, 3. o.

jelent meg. E csoportot nevezhetjük, az ún. fogyasztói tényezőnek. A folyamatosan növekedő kereslet a szerzői művek iránt indukálta azt az igényt, hogy a vagyoni jellegű védelem is szükségessé vált a szellemi megbecsülés mellett.<sup>2</sup> Az első magyar szerzői jogi törvényünk az 1884. évi XVI. törvény volt, amely hatályát már a megjelent művekre is kiterjesztette. Korszerű szabályozásnak ugyan nem volt mondható, mivel alapját a régebbi német törvény képezte, illetve megalkotásakor már folyamatban volt a Berni Uniók Egyezmény szövegezése, amelyre a magyar szabályozásra nem volt tekintettel.<sup>3</sup>

Az iparjogvédelem közvetett története kapcsán érdemes az egyetemes fejlődéstörténet tekintetében először a titokban tartásra gondolni, amelyet később, vagyis a XIV-XV. századtól a privilégiumok, kiváltságok adományozása váltott fel. Ezek ugyan nem tekinthetők iparjogvédelemnek, mert itt valójában csak monopóliumok biztosításáról volt szó. Általános jellemző, hogy az ókorban és a középkorban a szellemi alkotásokkal kapcsolatos társadalmi viszonyok a jog keretein kívül rekedtek.<sup>4</sup> Ezeket a monopóliumokat követték a jelenlegi iparjogvédelmi rendszerek közvetlen elődei, vagyis amikor az államok erre irányuló közvetlen törvényhozási aktusairól beszélünk, amelyben a törvényi feltételek megléte esetén bárki oltalomban részesülhet, és nem arról, amikor az uralkodó kegye a szabadalom megadása.<sup>5</sup> Az egyetemes jogfejlődést vizsgálva számos fontos eredmény lenne kiemelhető, de az írás témájára tekintettel ezek közül külön elemeket nem nevesítenék. Magyarországon az első szabadalmi törvényt<sup>6</sup> közel 126 éve 1895-ben hirdették ki, és több mint 70 évig szabályozta a szabadalmi jogot.

A modern értelemben vett fogyasztóvédelmi szabályozások kialakulásáig az út hosszan vezetett és az alapvető fogyasztói jogok, és védendő értékek deklarálásával vált felgyorsulttá. 1962-ben John Fitzgerald Kennedy az Amerikai Egyesült Államok 35. elnöke négy alapvető fogyasztó jog elfogadását kérte: biztonsághoz való jog, információhoz való jog, választáshoz való jog, jogorvoslathoz való jog.<sup>7</sup> Ezen felsorolt alapjogokat gyakorlatilag minden fontosabb fogyasztóvédelemmel foglalkozó nemzetközi szervezet elismerte, vagy tevékenységét ezen alapelvek köré építette. Az Európai Unió is kiemelt szerepet szentel a fogyasztóvédelmi jogi szabályozásnak, azok érvényesülésének, és ennek megfelelően öt fogyasztói alapjogot ismer el a következők szerint: a fogyasztók egészségének és biztonságának védelme; a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme; a fogyasztói jogról való tájékoztatás és azok oktatása; jogorvoslathoz való jog; illetve jog a fogyasztói érdekek képviseléséhez, fogyasztói részvétellel.<sup>8</sup>

<sup>2</sup> NÓTÁRI TAMÁS: *A magyar szerzői jog fejlődése*. Lectum Kiadó, Szeged, 2010, 9. o.

<sup>3</sup> LEGEZA DÉNES (szerk.): *Szerzői jog mindenkinek*. Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala, Budapest 2017, 35-36. o.

<sup>4</sup> LONTAI ENDRE, FALUDI GÁBOR, GYERTYÁNFY PÉTER, VÉKÁS GUSZTÁV: *Magyar Polgári jog, Szellemi Alkotások Joga*. Eötvös József Könyvkiadó, Budapest, 2004, 13. o.

<sup>5</sup> PAPP LÁSZLÓ: *A szabadalmi jogvédelem történeti perspektívái*. Gondolat Kiadó, Budapest, 2015, 15-22. o.

<sup>6</sup> 1895. évi XXXVII. törvénycikk a találmányi szabadalmakról

<sup>7</sup> LUSH MARY; HINTON VAL: "*Consumer Bill of Rights*" Burton S. Kalisk (szerk.). *Encyclopedia of business and finance* (2. kiadás) Thomson/Gale. Detroit, 2007. 214-225 o.

<sup>8</sup> SZIKORA VERONIKA (szerk.): *Vásárolok, tehát vagyok!* Jurecon Kft, Debrecen, 2011, 6. o.

HAJNAL ZSOLT: *Fogyasztói alapjogok a hatályos magyar jogi szabályozás és az európai uniós fejlődési*

Napjainkban a fogyasztóvédelmi jogot a különböző polgári jogi, büntetőjogi és közigazgatási jogi szabályok együttesét értjük, amely szabályait a fogyasztók védelmének szempontja foglalja egységbe.<sup>9</sup> A fogyasztóvédelemről szóló törvény<sup>10</sup> (továbbiakban Fgytv.) kidolgozása és hatálybalépése nagy előrelépést jelentett az egyes gyakran felmerülő kérdések tisztázásában. A fogyasztóvédelem tehát egy interdiszciplináris jogterület<sup>11</sup>, amelynek a kialakulásában a tömegtermelés és a kereskedelmi ügyletek tömeges számban történő elterjedése volt meghatározó. Ez azzal a következménnyel járt, hogy a gazdasági – akaratérvényesítési képesség-egyensúly felborult a fogyasztó és a másik szerződő fél/ vállalkozás között.<sup>12</sup>

### 3. Elméleti megalapozás

Mint már arra a korábbi részben utaltam a szellemi alkotások modern értelemben vett jogi védelmének gyökerei a XVIII. század végéről származnak. Ebben az időszakban jöttek létre relatíve gyorsan fejlődő módon, az egyes szellemi alkotásokhoz kapcsolódó jogi védelmi lehetőségek. A modern értelemben vett fogyasztóvédelmi jog kialakulása azonban, csak évszázadokkal későbbre datálható. A jogterületek fejlődése közötti eltérés szükség képpen indukálja a szellemi alkotások jogának és a fogyasztóvédelmi jog elméleti alapjainak összevetését is.

A szellemi alkotások jogi természete alapján alapvetően háromfajta elméletet különböztethetünk meg a következők szerint; vagyoni elmélet, személyiségi elmélet, valamint a vagyoni és személyiségi elméleteket összehangoló elméletek.<sup>13</sup>

Első körben a vagyoni elméletek bemutatását tenném meg. Ebben a csoportban jelenik meg egyrészt a tulajdon elmélet, amely az angolszász ipari tulajdon, illetve a XVIII. sz. végi francia szerzői jogi és szabadalmi törvénykezés alapját jelentette. A tulajdoni elmélet alapján az ember új és eredeti gondolatán épp olyan tulajdonjog keletkezhet, mint a fizikai dolgokon, ezt pedig a felvilágosodás természetjogi filozófiájára alapozza. Modern értelemben az elmélet tovább élése pedig a szellemi alkotások és a tulajdonjog tárgyát képező dolgok közötti azon hasonlóság, hogy jogi védelmüket ugyanolyan abszolút szerkezetű és negatív tartalmú jogviszonyok

---

*tendenciák tükrében.* Debreceni Jogi Műhely, Debrecen, 2009, 12.

SZIKORA VERONIKA: *A fogyasztóvédelmi jog történeti kialakulása Európában, különös tekintettel a magánjog-egységesítési folyamatokra.* Magyar fogyasztóvédelmi magánjog - európai kitekintéssel, Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen, 2010, 19-30.

SZIKORA VERONIKA: *A fogyasztóvédelem fejlődése Magyarországon.* Magyar fogyasztóvédelmi magánjog - európai kitekintéssel, Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen, 2010, 31-38.

<sup>9</sup> LAMM VANDA, PESCHKA VILMOS: *Jogi lexikon.* KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó, Budapest, 1999, 211. o.

TÖRÖK ÉVA: *Az európai szerződési jog fejlődésének tendenciái.* Debreceni Jogi Műhely, Debrecen, 2011.

<sup>10</sup> 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről

<sup>11</sup> TATTAY LEVENTE: *Közvetlen fogyasztóvédelmi előírások a szellemi alkotások jogában.* Jogtudományi Közlöny, 2005, 6. szám, 295. o.

<sup>12</sup> KISS TIBOR: *A szerzői jog szankciórendszere fogyasztóvédelmi aspektusból.* Szikora Veronika (szerk.) A fogyasztóvédelmi jog új irányai az elméletben és a gyakorlatban, DE-ÁJK, FOME, Debrecen, 2007, 93. o.

<sup>13</sup> CSÉCSY GYÖRGY: *Szellemi alkotások joga.* Novotni kiadó, Miskolc, 2002, 17-20. o.

TATTAY LEVENTE, POGÁCSÁS ANETT, UJHELYI DÁVID: *Szellemi alkotások joga.* Pázmány Press, Budapest, 2020.

alapján valósítják meg. Etimológiai szempontból ezt igazolják a témában jól elterjedt szellemi tulajdon, vagy ipari tulajdon kifejezések. Másrészről a vagyoni elméletek csoportjának a része az immateriális javak elmélete. Ezen elmélet létrejöttét Kohlernek<sup>14</sup> köszönhető, aki álláspontja szerint a tulajdoni elmélet nem alkalmazható a kizárólag vagyoni természetű javakra. A szellemi alkotások specifikumjának tartja, hogy a fizikai dolgoktól eltérnek, és megkülönböztethetők, és így olyan eszmei javakat fejeznek ki amelyekben vagyoni jogok jönnek létre. Ezek alapján pedig ezek a tulajdonjogtól eltérő –igaz hasonlóságokat mutató- egyedi és sajátos csoportjai a jogviszonyoknak. A vagyoni elméletek harmadik alcsoportja az Elster nevével fémjelzett versenyjogi elmélet. Ezen elmélet alapján nem az oltalom önmaga kerül fókuszba, hanem azok felhasználása és hasznosítása. Ontológiai alapjuk a gazdasági szerepükből fakad, és így funkciójukat is versenyjogi –szabad versenyt korlátozó- szerepükből kell megítélni.

Második csoportba az Otto von Gierke nevével fémjelzett személyiségi jogi elméletet sorolhatjuk amely filozófiai alapjait Immanuel Kant fektette le, aki szerint a szerzői jog a „legszemélyesebb” jog. Gierke elméletében a szellemi alkotások jogi védelme a személyiségi jogok körében tekinti megvalósíthatónak. Úgy gondolta, hogy a szellemi termék manifesztációja során ugyan egy önálló dolog jön létre, de az mégis az alkotó személyiségének elidegeníthetetlen és elválaszthatatlan része marad.<sup>15</sup> Erre utal művében a következők szerint: „egy szellemi alkotás, amely individualizálása által elkülönült állagot és külső megjelenésének fixálása által önálló, független létet és a milyensége által, mint testetlen alkotás önálló értéket nyer.”<sup>16</sup>

A harmadik egyben utolsó elméleti csoport a szellemi alkotások védelme esetében a kombinációs elméletek csoportja, amelyben Eugen Ulmer monista elméletét helyezném fókuszba, ahol a szerző a személyiségi és vagyoni jogosítványok szét nem választható kapcsolatát deklarálja a szerzői jog területén.<sup>17</sup>

Kiemelést érdemel Bobrovsky Jenő álláspontja, amely szerint a korábbiakban bemutatott elméletek csak egy-egy dimenzióját mutatják be a jogterületnek, így pedig nem egymást kizáró hanem egymást kiegészítő viszony írható le közöttük.<sup>18</sup>

A fogyasztóvédelmi tárgyú szabályozásokat a céljuk szerint és a szabályozási módszerek szerint is két-két csoportra oszthatjuk. A célját tekintve beszélhetünk egyrészt a protekcionista szemléletről ahol a fogyasztók védelmét szigorúbb jogi szabályozással akarják megvalósítani, mivel a fogyasztókra, mint a szabad piac áldozataira tekintenek. Illetve megemlíthetjük a „Bourgoignie-féle” modellt ahol nem a védelemre, hanem a fogyasztók megfelelő oktatására, tájékoztatására és a

<sup>14</sup> KOHLER JOSEF: *Deutsches Patentrecht systematisch bearbeitet unter vergleichender Berücksichtigung des französischen Patentrechts*. Neudr. d. Ausg, Bensheimer, 1878, 8-19. o.

<sup>15</sup> JAKAB ÉVA: *Szerzők, kiadók, kalózkodók*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2017.

<sup>16</sup> OTTO VON GIERKE: *Deutsches Privatrecht I*. Duncker & Humblot, Lipcse, 1895.

„ein Geisteswerk, das kraft seiner Individualisierung einen gesonderten Bestand, kraft seiner äußerlichen Fixierung ein unabhängiges Dasein und kraft seiner Beschaffenheit als un Leibliches Gut einen selbständigen Wert hat.” ford.: Jakab: i.m.

<sup>17</sup> ULMER EUGEN: *Urheber- und Verlagsrecht (Enzyklopädie der Rechts- und Staatswissenschaft)*. 3. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, Berlin, 1960, 23-29. o.

<sup>18</sup> BOBROVSKY JENŐ: *Iparjogvédelem és csúcstechnika*. Országos Találmányi Hivatal, Budapest, 1995.

jogorvoslati jog illetve a jogi garanciák kiépítésére kerül a hangsúly.<sup>19</sup>

A szabályozás módszerei tekintetében, -vagyis, hogy a fogyasztó védelmének milyen körben és intenzitással kell megvalósulni- szintén kétféle modell alakult ki, mint már említettem. Az elméleti vita háttérében a polgári jog kötelmi részének alapelveiből a szerződési szabadság és a magánautonómia elveinek eseti összeütközése található. Az információs modell a liberális közgazdaságtudomány elméletének művelői között jelenik meg. A szerződési szabadsági alapelveire építve a szabályozás kialakításkor a gyengébb fél védelmét hivatott intézkedésekkel csak a lehető legkisebb mértékben avatkozhat be a szerződéses jogviszonyba. A modell alapja arra épül, hogy a fogyasztó és a gazdálkodó között információs egyensúly eltolódás – aszimmetria – lép fel, vagyis egy olyan „információs csapdán” alapul, amely szerint a fogyasztó nem rendelkezik azokkal az ismeretekkel, amelyek alapján megalapozott döntést hozhatna. Az Európai Bíróság több ítéletében<sup>20</sup> is az információs modellre alapította álláspontját.

A második modell a szociális minta modell nevet viseli. Abból az alapvetésből indul ki, hogy az információs garanciák nem elégségesek a fogyasztók megfelelő védelme érdekében. Mind az elállási jogok, mind pedig a szerződés semmisségének lehetősége, mint jogkövetkezmény már egy meglévő szerződésbe avatkozik be, ellentétben az információs modellel ahol megelőzte a tájékoztatás a szerződés létrejöttét.<sup>21</sup>

Összegezve a fogyasztóvédelmi jog, és a szellemi alkotások jogának elvi megközelítéseit jól látható, hogy ebben a tekintetben a kettő egymással nem korrelál. A szellemi alkotások joga elméleti háttérében a magánjogi jellegű elvi megközelítések húzódnak meg kifejezetten a személyiségi jog, és a tulajdonjog fókuszba helyezésével. Amíg a fogyasztóvédelmi jog elvi megalapozásában inkább közjogias jegyeket figyelhetünk meg, úgy, mint az állami szerepvállalás akár a tájékoztatási akár pedig a későbbi reparációs beavatkozások során.

#### 4. Szellemi alkotások és fogyasztóvédelem

Az első kérdés, amit tisztáznunk kell, hogy kit is tekintünk, fogyasztónak. Ezt megválaszolhatjuk közgazdasági és jogi szempontból is. Ha tágabb értelemben szeretnénk ezt a fogalmat meghatározni az előbbi, vagyis közgazdasági szempontból történő fogalom meghatározásra kell elsődlegesen gondolnunk. Egész pontosan a mikroökonómia területén érhetjük tetten, ahol fogyasztónak az egyes háztartásokat illetve vállalkozásokat értjük, és az ő piaci magatartásukat, döntéseiket és részpiaci ismérveiket elemezzük. Ezekhez bonyolult és szerteágazó, egymással sok esetben

<sup>19</sup>FAZEKAS JUDIT: *Fogyasztóvédelmi jog*, Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest, 2007.

Lásd még: SZIKORA VERONIKA, HAJNAL ZSOLT: *A fogyasztóvédelem kialakulása, célja és alapvető intézményei*. Jóó Imre, Morvai Gábor (szerk.) Fogyasztóvédelmi ismeretek, Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen, 2010, 26-28. o.

<sup>20</sup>Estée Lauder Cosmetics GmbH, Co. OHG v. Lancaster Group GmbH (C-220/98), Mars ügy (C-479/93)

<sup>21</sup>HAJNAL ZSOLT, SZIKORA VERONIKA: *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog - Európai kitekintéssel*. SzikoraVeronika (szerk.) Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen, 2010, 15-16. o.

szoros korrelációt mutató gazdasági tevékenységek sora kapcsolódik. Szűkebb értelemben, az utóbbi esetben, vagyis jogi szempontból történő fogalom meghatározásra kell, gondoljunk. A jogtudomány és a gyakorlat napjainkra jól kimunkálta a fogyasztó fogalmát, bár ez a fogalom nem egységes, az ágazati törvényekben eltér. A leginkább ismert fogyasztói fogalmakból nézzünk meg párat a következőkben.

A Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény (Ptk.) a fogyasztó fogalmát az értelmező rendelkezésekben határozza meg: „*fogyasztónak minősül a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körén kívül eljáró természetes személy*”.<sup>22</sup>

A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvényben (Fgytv.) a következő szerint került meghatározásra; „Az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje...”<sup>23</sup>

Érdekes a területet a modern gazdasági viszonyoknak megfelelően egy szélesebb spektrumú szemüvegen keresztül vizsgálni, és végiggondolni a digitalizáció és a fogyasztóvédelem kapcsolatát is<sup>24</sup> ezekben az esetekben, ugyan ez is számos újszerű kihívást indukálhat a szellemi alkotások fogyasztóvédelmi relációjában is.

Amennyiben relációkat szeretnénk megismerni a szellemi alkotások joga, és a fogyasztóvédelem között lehetőségünk nyílik azok tipizálására közvetett és közvetlen kapcsolati viszonyuk alapján.<sup>25</sup> Közvetett fogyasztóvédelmi célú előírások a szellemi alkotások jogában többféleképpen is felmerülhetnek. Gondoljunk, itt a szerzők által létrehozott művek nagytömegű információ továbbítására, úgy, mint a számítógépes adattárakra, vagy az iparjogvédelem esetében az árujelzőkre.<sup>26</sup> Elvárás, hogy ezek az információk pontosak legyenek, és ne tévesszék meg a fogyasztót. A névfeltüntetés jogának akár a szabadalmi, akár a szerzői jogban, fontos szerepe lesz ahol e személyiségvédő előírásnak fogyasztóvédelmi szerepe is van. Egy jól ismert feltaláló, vagy szerző nevének megjelenése árfelhajtó hatású, és a szabadalom hasznosítója vagy a szerzői mű felhasználója számára kiemelt jelentőséggel bír.<sup>27</sup>

Közvetlenül fogyasztóvédelmi célú előírások csoportjába tartozik pedig a fogyasztók megtévesztésének a tilalma a védjegyek, valamint a földrajzi árujelzők és a formatervezési minták esetében. „A közvetlen fogyasztóvédelmi funkció annak a következménye, hogy az iparjogvédelemhez tartozó tárgyak – piacbefolyásoló hatásuk következtében – közvetlen kapcsolatba kerülnek a fogyasztókkal.” Ebben a csoportban merülnek fel a fogyasztók közvetlen tájékoztatását szolgáló előírások,

<sup>22</sup> Ptk. 8:1. § (1) bek.

<sup>23</sup> Fgytv. 2. §

Hajnal, Szikora: Magyar fogyasztóvédelmi magánjog - Európai kitekintéssel 15-19. o.

<sup>24</sup> BARTA JUDIT: *Az EU által meghirdetett digitális forradalom hatása a kereskedelmi jog egyes területein: szerződések, fogyasztóvédelem, gazdasági verseny, gazdasági társaságok.* Miskolci Jogi Szemle 3. sz., 2020, 16-21. o.

<sup>25</sup> TATTAY: *Közvetlen fogyasztóvédelmi előírások a szellemi alkotások jogában* 296. o.

<sup>26</sup> LONTAI ENDRE: *Fogyasztóvédelmi aspektusok az iparjogvédelem területén.* Állam- és Jogtudomány, 1979, 3. szám, 425-453. o.

<sup>27</sup> Tattay Levente: *Szellemi alkotások a fogyasztóvédelemben.* Cégvezetés, 2003, 11. évf. 1. szám, 37. o.

úgy, mint a szellemi alkotások jogosulatlan felhasználásának – generális – tilalma, illetve az árujelzők minőségtanúsítására vonatkozó szabályok is.<sup>28</sup>

Elmondható, hogy ugyan az egyes területi sajátosságai mellett, a szellemi alkotások joga a nemzetközi magánjog egyik leginkább unifikált területe, azonban a jogterület természete meg is követeli azt a hatékony oltalmak és az igényérvényesítés lehetősége végett. Napjainkban egyre nagyobb szerepet kap a nemzetközi fogyasztóvédelem is, amely a szellemi alkotásokhoz hasonlóan specialitásai révén illetve a piacok globalizációja miatt napi szintű kérdéseket vet fel. Mind a két jogterületről pedig elmondható ezáltal, hogy az áruk és szolgáltatások egyre inkább mutakozó határon átnyúló jellege miatt a nemzetközi szintű szabályozás kínál hatékony alternatívákat.

### 5. Fogyasztóvédelem a szerzői jogban

A szellemi alkotások jogának a rendszerében vizsgálva a szerzői jog, és a fogyasztóvédelem kapcsolatát elmondhatjuk, hogy a közöttük fennálló kapcsolat nem olyan szoros illetve közvetlen, mint majd a későbbiekben olvasható iparjogvédelmi instrumentumok – kiváltképpen a védjegyjog vagy a földrajzi árujelzők, illetve szabadalmak – között.

A szerzői jogi törvény<sup>29</sup> preambulumban már utalást figyelhetünk meg arra vonatkozóan, hogy a jogalkotó a törvényi szabályozással törekszik egyensúlyi helyzetet teremteni, illetve fenntartani a szerző és más jogosultak között, valamint a felhasználók és a széleskörű közönség érdekei között – ahogy azt Kiss Tibor írja.<sup>30</sup>

A fogyasztó és vállalkozás között létrejövő egyensúlyt megbontó állapot a szerzői jog tekintetében a szerzők kiszolgáltatott helyzete, és fogyasztói minősége a szerzői művek létrehozására irányuló jogviszonyban jelenik meg elsőként. A konkrét példa ebben a körben ott merülhet fel, amikor a szerző egy konkrét jövőben megalkotandó műre vonatkozó kiadói szerződés esetén, szemben áll majd egy nagyobb szervezettel, vagyis a kiadóval, vagy film előállító vállalattal. Az utóbbiak – vagyis az ún. professzionális felek – igényüket jelentősen rá tudják kényszeríteni a náluk jóval inkább kiszolgáltatott helyzetben lévő szerzőkre – vélekedik róla Csécsy György.<sup>31</sup>

Kétségtelen azonban, hogy a szerző nem tekinthető közvetlenül a fogyasztóvédelmi szempontból védendő alanyának, ugyanis az mind a Ptk. mind a Fgytv. fogyasztó fogalmával formálisan ütközik. Megjelennek viszont olyan normák a szerzői jogi törvényben amelyek a szerzők kiszolgáltatott helyzetét igyekeznek javítani. Ide sorolhatók példaként a felhasználási szerződések értelmezésére, vagy a közös jogkezelésre vonatkozó szabályok. Amelyek részbeni hasonlósága révén, bizonyos szerzők közvetett fogyasztóvédelmi célzatú szabályoknak jelölnek.

<sup>28</sup> Uo. 38. o.

<sup>29</sup> 1999. évi LXXVI. törvény a szerzői jogról

<sup>30</sup> Kiss: i.m. 94-95. o.

<sup>31</sup> CSÉCSY GYÖRGY: *A szellemi alkotások jogának fogyasztóvédelmi aspektusai*. In: Barzó Tímea, Juhász Ágnes, Leszkoven László, Pusztahelyi Réka (szerk.): Ünnepi tanulmányok Bíró György professzor 60. születésnapjára, Novotni Alapítvány a Magánjog Fejlesztéséért, Miskolc, 2015, 107. o.



A szerzői jog és a fogyasztóvédelem kapcsolatára végezetül szeretnék egy szórakoztató példát hozni. Az idézet Jókai Mór *Az én bírói hivatalom* c. írásából egy részlet;

*„De a legközelebbi napokban épen erős próbára lett téve igazságosztó hajlandóságom.*

*Egy czukrász, meg egy korcsmáros volt a peres fél.*

*A czukrász irt egy szakácskönyvet s a korcsmáros azt szépen utána nyomatta.*

*A czukrász pert akasztott a korcsmáros nyakába. S ez a per került a mi törvényszékünk elé, szakértői eldöntés végett. A czukrász, mondhatom, hogy fogas prókátort választott magának.*

*Az alperes azt hozta fel a maga védelmére, hogy a szakácskönyv nem irodalmi mű; nem tartozik azon tárgyak sorába, melyeknek szerzői joga védelemben részesülhet.*

*Micsoda! hogy a szakácskönyv nem irodalmi mű? Hogy a szakácsmesterség nem művészet? Hát van a világirodalomnak olyan remeke, a minő egy szarvasgombás libamáj pástétom? Tud-e a kerek föld minden zeneszerzője olyan kompozíciót csinálni, a milyen egy olasz saláta à la napolitén? S ha valamennyi fővárosi szobrász mind összeteszi a tudományát, tud-e produkálni egy tál sült malacgot? - Sőt ellenben a szakácskönyv, az a könyv, a melyet az asszonyoknak sokkal inkább üdvösséges volna a kezükben forgatni, mint holmi hiába való regényeket!*

*Ipsissima verba!*

*S nekem - kérem nekem ki kellett mondanom az ítéletet, hogy a prókátor ugyan goromba fráter, hanem azért igaza van. A bíró csak egyféle becsületet ismer. A szakácskönyv írójának az írói becsülete csak olyan, mint a regényiróé. Alperes bűnössége kimondatik. Szakácskönyvet sem szabad lopni.*

*Ilyen brutusi szigorral mondá ki egykor Foscari velencei dozse saját fiára a kemény ítéletet.”<sup>32</sup>*

Mint ahogy Jókai megírta, igaz ez napjainkban is. A szakácskönyvet, mint szerzői művet képzeljük magunk elé, azt a jogosult engedélye nélkül senki sem többszörözheti forgalomba hozatal céljából. Arra a kérdésre pedig, hogy miben is áll fogyasztóvédelmi nézőpont gondoljuk például arra, hogy az esetből megismert szakácsunk egy olyan minőségű szakácskönyvet ad ki, amelyről a fogyasztók már korábbról tudják a megvásárlás előtt – korábbi munkái – alapján, hogy nem csalódhatnak benne. Ezzel szemben a kocsmáros igencsak silány minőségben nyomtatja után ugyanazt a könyvet és lehet, sérti a névfeltüntetés jogát is, e magatartásával pedig sérti a fogyasztók megtévesztésének tilalmát.

## 6. Fogyasztóvédelem a szabadalmi jogban

A műszaki találmányok centrális kategóriája a találmány, aminek legáltalánosabban elismert formája a szabadalom, amely kizárólagos jellegű, abszolút szerkezetű jogi oltalmat nyújt a jogosultjának.<sup>33</sup> A szabadalmi oltalom tárgya a szabadalmaztatható

<sup>32</sup> JÓKAI MÓR: *Őszi fény - újabb elbeszélések*. Révai Testvérek, Budapest, 1898.

<sup>33</sup> LONTAI ENDRE: *Magyar Polgári Jog, Szellemi alkotások joga*. Eötvös József Könyvkiadó, Budapest 1988, 436. o.

találmány. Az oltalom megszerzéséhez a találmánynak meg kell felelnie pár materiális kritériumnak, amely szerint: újnak, feltalálói tevékenységen alapulónak, iparilag alkalmazhatónak kell lennie a technika bármely területén. Ezen feltételek alapvetően objektív szempontok, ezzel szemben egyes országok szabályozásában megjelenhetnek szubjektív szabadalmaztatásági feltételek is úgy, mint például a hasznosság követelménye az Amerikai Egyesült Államokban.<sup>34</sup>

Feltehetjük azt a kérdést, hogy a szabadalmi törvényünk<sup>35</sup> (továbbiakban Szt.) tartalmaz-e olyan speciális rendelkezést, amely direkt módon a fogyasztói jogokat védi? Az elutasító válasz kézenfekvőnek tűnik, ugyanis az Szt. alapvetően nem a fogyasztók védelmére hivatottan jött létre, és nem is tartalmaz kifejezetten fogyasztóvédelmi szabályokat. Természetesen ez nem jelenti azt, hogy egyes rendelkezések nem szolgálnának fogyasztói érdekeket is. Gondoljunk itt példaként arra, hogy a törvényben meghatározott szabadalmaztathatósági kritériumok magukban foglalják azt a fogyasztói érdeket is, hogy a technika állásához képest szakember számára nem nyilvánvaló új megoldások szülessenek. Történelmi szempontból meg kell ugyan azt is említeni, hogy már az 1974-ben született újításokról szóló Minisztertanácsi rendelet megtiltotta újításként elismerni az olyan megoldásokat, amelyek a fogyasztói érdeket sértő minőségromlást eredményeztek.<sup>36</sup> Megemlíthető az is, hogy az alapvető fogyasztói érdekek abban állnak, hogy a termékek minősége, megbízhatósága, biztonsága, stb. javuljon. Ezek alapján pedig a minőségromláshoz, káros mellékhatásokhoz, vagy a korábbi találmányokhoz képest gazdaságatlanabb kialakításokhoz vezető megoldások nem „gazdagítják” a technikát – vagyis a technika állásához tartozók. Illetve nem is „haladó jellegűek” – vagyis nem újak, vagy nyilvánvalók – és így nem oltalom képesek.<sup>37</sup> Összefoglalóan elmondhatjuk, hogy a hatályos magyar szabályozás indirekt módon számos helyen kapcsolódik a fogyasztóvédelmi szempontokhoz, gondoljunk itt a korábbiakon túl akár csak az oltalom terjedelmére, az oltalmi időre, vagy a különböző kényszerengedélyekre példaként. Az oltalom időbeli hatálya a bejelentéstől számított húsz év. Az oltalom fenntartásának rendszere elősegíti, hogy csak valóban a piacképes termékekre álljon fenn kizárólagosság. Az oltalom megszűnését követően a találmányt tárgykörébe eső megoldást bárki – külön engedély nélkül – használhatja, vagy akár tovább fejlesztheti. Ez a megoldás végsősoron a fogyasztók gazdasági érdekét is szolgálja. A közegészségügyi kényszerengedély esetén a fogyasztói érdek, hogy a szabadalmi vagy kiegészítő oltalmi tanúsítvány (SPC) alatt álló, egészségügyi jellegű találmányokon alapuló termékek megfelelő mennyiségben rendelkezésre álljanak a piacokon. Amennyiben e termékekből hiány lépne fel az alapvetően közegészségügyi problémák kumulálódás vezetne. Azonban a piaci keresletet könnyen megpróbálhatnák kielégíteni hamisított termékek, amelyek nem felelnek meg a termékbiztonság követelményeinek így pedig a fogyasztók érdekét sértenék.

<sup>34</sup> Lásd 35 USC 101, illetve az USPTO szabadalmi vizsgálati eljárásról szóló kézikönyvnek vonatkozó szakasza (MPEP § 2107)

<sup>35</sup> 1995. évi XXXIII. törvény a találmányok szabadalmi oltalmáról

<sup>36</sup> 38/1974 (X. 30.) Minisztertanácsi rendelet az újításokról 2. § (1) bek.

<sup>37</sup> LONTAI: i.m. 437. o.

Ha a fogyasztóvédelem és a szabadalmi jog kapcsolatait elemezzük mindenképp meg kell említeni a gyógyszerhamisítás jelenségét, mint a szabadalombitorlás sajnálatosan jellemző esetét. Alapvető fogyasztói érdek, hogy magas színvonalú, biztonságos termékek kerüljenek a piacra különösképpen ha orvosságokról beszélünk. Becslések alapján az illegális szerek piaca évente 10-16%-al bővül. A fejlődő országok piacain található gyógyszerek 25%-a hamis, de ez a szám egyes országokban az 50%-ot is elérheti.<sup>38</sup> A hamisított gyógyszerek esetében két kockázat csoportot is meg kell, különböztessünk. Az első, amikor megtévesztett fogyasztóként hatóanyag nélküli - ún. placebo – készítményt vásárolunk, a második, amikor nem az a hatóanyag, vagy nem abban a dózisban kerül kiszerezésre. Problémát jelentenek a gyógyszerek egyéb alkotóelemeinek is az összetételében lévő eltérések, a gyártás, csomagolás, szállítás és tárolás során tapasztalható súlyos anomáliák. A Nemzetközi Rendőrségi Szervezet (INTERPOL) jelentése szerint<sup>39</sup> a 2020 márciusában globális műveletet koordinált a hamis gyógyszerek és orvosi termékek visszaszorítására, amelyben több mint 34.000 tételt foglaltak le. Nem könnyű fellépni a hamis gyógyszereket gyártókkal és hamisítókkal szemben, ugyanis szövevényes hálózatok állnak általában ezek hátterében. Sokszor bizonyos weboldalak olvasásakor jelenik meg egy-egy ilyen készítmény online megvásárlására vonatkozó reklám, ezek közül is gyakori a Pfizer Viagra készítményének a hamisítványa. A gyógyszerhamisítás esetén a bitorlás szempontjából vizsgálva párhuzamosan jelenik meg a szabadalom és a védjegy bitorlása is. Ezek megakadályozása az államoknak kiemelt fontosságú kötelezettsége, elsődlegesen fogyasztóvédelmi, de természetesen iparjogvédelmi szempontból is. A terület fontosságára világít rá az, hogy a polgári jogi jogkövetkezmények mellett, vámhatósági és büntetőjogi szankciók is alkalmazhatók a hatékony jogérvényesítés érdekében. A hamisított gyógyszerek kereskedelmi forgalomba történő bekerülése gyógyszertárak esetén elenyésző. Az internetes kereskedelemben azonban már sűrűn találkozhatunk velük. Sajnos fennáll a veszélye, hogy fogyasztóként hivatalosan működő webáruházakból is rendelhetünk hamis, vagy hamisított gyógyszert, gyógyhatású készítményt, esetleg táplálékkiegészítőt. Mivel a hamisított termékek csomagolása és kinézete sok esetben szinte hibátlanul megfelel az eredeti terméknek így jelentős eltérés annak összetétele lehet. Ezzel pedig jelentős kockázatnak tesszük ki a fogyasztókat, és sértik a termékbiztonság követelményeit.

Az aktuális trendek vizsgálata kapcsán érdekes érték-kollízió jelenik meg többek között a magyar szabadalmi jog esetleges változásának egyes törekvésiben, úgy, mint például az ún. Bolar kivételben. A kivétel alapvetően a generikus gyógyszergyártó cégek tényleges piacra lépése kapcsán merülne fel a szabadalmi oltalom lejáratát követő - ún. day-1 - napon.<sup>40</sup> Ehhez azonban szükséges, hogy a

<sup>38</sup> Pfizer, Gyógyszerhamisítás, Közzététel: 2019. február 20., Letöltve: 2020. november 2., <https://www.pfizer.hu/hu/gy%C3%B3gyszerhamis%C3%ADT%C3%A1s>

<sup>39</sup> INTERPOL, COVID-19: THE GLOBAL THREAT OF FAKE MEDICINES, Közzététel: 2020 május 1., Letöltve: 2020. november 2., [https://www.interpol.int/content/download/15305/file/20COM0356%20-%20IIGGH\\_COVID-19%20threats%20to%20medicines\\_2020-05\\_EN.pdf](https://www.interpol.int/content/download/15305/file/20COM0356%20-%20IIGGH_COVID-19%20threats%20to%20medicines_2020-05_EN.pdf)

<sup>40</sup> BENARD LAETITIA, JACQUELINE BORE, EVELINE VAN KEYMEULEN: *Rewarding Innovation: Pharmaceutical Incentives as a Crucial Instrument to Foster Public Health*. European Pharmaceutical Law Review, 2018,

szabadalmi oltalom fennállása alatt el tudjanak végezni kísérleteket és vizsgálatokat, amelyek a törzskönyvezéshez és a forgalomba hozatali engedély megszerzéséhez szükségesek. Hozzá tartozik a kérdés objektív értelmezéséhez, hogy tudjuk, hogy a generikus gyógyszergyártók gyakran nem rendelkeznek teljeskörű kutatás-fejlesztési és gyártói, valamint klinikai kapacitásokkal, így ezeket a feladatokat és erőforrásokat több gyártó osztja meg egymás között. Példaként megemlíthető, hogy a generikus gyártók a termékekhez szükséges hatóanyag 80%-át külső forrásból, beszállítóktól szerzik be, ez pedig iparági gyakorlatnak tekinthető.<sup>41</sup> Ennek a kérdésnek az orvoslására pedig szükségessé válna, hogy a kutatás-fejlesztési és engedélyezési folyamatban részt vevő a forgalomba hozatali engedély iránti kérelmet benyújtó személyekkel együttműködő harmadik személyekre is kiterjedjen a szabadalmi törvényben jelenleg található kivétel.<sup>42</sup> Ezzel a megoldással azonban már talán túlzó módon is kibővítené a jogszabály azt az alanyi kört, akire nem hatnak kötelezően az oltalomból származó kizárólagossági szabályok. Nyilvánvalóan fogyasztói érdekeket is szolgálna az ilyen fajta új típusú generikus gyógyszerek minél előbb történő piacra jutása, azonban ezen a ponton mérlegelni kell azt is, hogy a szabadalmi oltalom által a jogosultnak biztosított kizárólagosság milyen mértékben korlátozható tovább. Erre vonatkozóan értékképletet adni és a kérdést eldönteni azonban a jogalkotónak kell.

## 7. Fogyasztóvédelem a védjegyjogban

A védjegy az árujelzők legfontosabb fajtája, a piacgazdaságban pedig iparjogvédelem talán legfontosabb jogintézménye. Sokoldalú fogyasztóvédelmi jellegű szerepük is van a védjegyeknek a piacgazdaságban. Megkülönböztető jellegükre tekintettel segítik a piaci versenyt a versenytársak között, és a fogyasztók tájékozódását.<sup>43</sup> Fontos szerepük van a minőség jelzésében. A védjegyek, mint árujelzők segítenek bennünket az egyes áruk és szolgáltatások egymástól történő elválasztásában, megkülönböztetésében és azok helyes azonosításában. Elmondható, hogy a védjegyek a mindennapi életünk egészét áthatják. Tisztáznunk kell azonban, hogy a védjegyjogban alkalmazott fogyasztó kifejezés tágabb, mint a fogyasztóvédelmi jogban. Beletartoznak a végfogyasztók, végfelhasználó természetes személyeken túl a gazdálkodó szervezetek és akár más jogi személyek is, vagyis mindazok akik védjegyezett árukat szerezhetnek meg, vagy védjegyezett szolgáltatásokat vehetnek igénybe.<sup>44</sup> Emellett elmondható azonban, hogy a védjegy törvény<sup>45</sup> számos ponton kapcsolódik a klasszikus fogyasztóvédelmi szempontokhoz is. Például az abszolút és relatív kizáró okok rendszerében való megfelelés teszi a védjegyet oltalomképpé. Nevesített kizáró ok, ha a megjelölés

---

2. szám, 77.

<sup>41</sup> Ficsor Mihály: Ingadozó egyensúly: a szabadalmi és kiegészítő oltalom korlátjai. MIE Konferencia, 2016. november 24-25., Letöltés: 2020. november 3. [http://www.mie.org.hu/eloadasok\\_2016/oszi\\_konf/Ficsor\\_Ingadozo\\_egyensuly\\_2016\\_11\\_24.pdf](http://www.mie.org.hu/eloadasok_2016/oszi_konf/Ficsor_Ingadozo_egyensuly_2016_11_24.pdf)

<sup>42</sup> 1995. évi XXXIII. törvény 19. § (6) bek. a) pont

<sup>43</sup> Csécsy: i.m. 108. o.

<sup>44</sup> GÖDÖLLE ISTVÁN: *A fogyasztók megtévesztése a védjegyjogban*. Jogtudományi közlöny, 2014, 142. o.

<sup>45</sup> 1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról

a fogyasztók megtévesztésére alkalmas. Ez a helyzet pedig az áru, illetve a szolgáltatás fajtája, minősége, földrajzi származása, vagy egyéb tulajdonsága tekintetében kell, hogy fennálljon.<sup>46</sup> Gondoljunk bele abba, hogy a védjegyek egyik alapvető célja a megkülönböztetésre alkalmas árujelzők oltalmával a fogyasztók tájékozódásának elősegítése. Amennyiben pedig a megjelölés megtévesztő ezt nem, hogy nem szolgálja hanem kontraproduktív módon a fogyasztókat félre is vezeti.<sup>47</sup>

Ha védjegyjogi kérdéseket tárgyalunk fogyasztóvédelmi aspektusban, nem hagyhatjuk ki az áruk minőségét közvetlenül kifejező védjegyeket, vagyis a kollektív és tanúsító védjegyeket. A magyar szabályozás tekintetében a korábbi védjegy törvény nem ismerte a tanúsító védjegy fogalmát, csak a kollektív védjegyet.<sup>48</sup> Igaz már 1980-ban olvashattuk funkciójában tanúsító védjegyekről pl.: TEXIMEI. Ezek esetén egy minőségellenőrző szerv a fogyasztók számára félreérthetetlen jelét adja védjegy segítségével a terméken, vagy a csomagoláson, hogy a minőségét megvizsgálta és az intézetnek a védjegyei oltalom alatt állnak, alkalmazásukat licencszerződésben másoknak engedélyezheti.<sup>49</sup> Ezeket a hatályos védjegy törvényünkben történő szabályozás előtt de facto tanúsító védjegyeknek tekinthetjük.

A védjegyoltalom esetében kiemelt szerepe van annak, hogy a megjelölések a fogyasztókat ne tévessék meg, így pedig talán a legszorosabb kapcsolat itt mutatható ki a fogyasztóvédelemmel. Igazolja ezt az is, hogy a szellemi tulajdon és a fogyasztóvédelem kapcsolatáról a legtöbb tudományos írás védjegyjogi megközelítésből született.<sup>50</sup>

A védjegy jog és a hozzá szorosan kapcsolódó földrajzi árujelzők joga - mint ahogy a későbbiekben láthatjuk - olyan esszenciális kapcsolatot mutat a fogyasztóvédelemmel, hogy a tudománynak is érdemes az egyes kérdéseit részletesen tárgyalni, így jelenleg erre, ebben a csupán áttekintési céllal készült munkában már nem teszek kísérletet. Szeretnék bemutatni azonban egy magyar és egy magyar vonatkozású európai példát a közelmúltból, amely jól rávilágít a két jogterület viszonyrendszerére.

Az úgynevezett Mobil Petrol ügyben, a bejelentők a „MOBIL PETROL” szóösszetételt szóvédjegyként illetve ugyanezen megjelölést színes ábrás védjegyként történő lajstromozását kérték a 4. áruosztályba. A bejelentéssel

<sup>46</sup> 1997. évi XI. törvény 3. § (1) bek. b) pont

<sup>47</sup> FALUDI GÁBOR, LUKÁCSI PÉTER (szerk.) *A védjegy törvény magyarázata*. HVG-ORAC, Budapest, 2014. 65-75. o.

<sup>48</sup> CSÉCSY: i.m. 110. o.

<sup>49</sup> BOGNÁR ISTVÁNNÉ: *A fogyasztóvédelem eszközei az ipari tulajdon jog keretében I.* Újítók lapja, 1980/12, 5. o.

BOGNÁR ISTVÁNNÉ: *A fogyasztóvédelem eszközei az ipari tulajdon jog keretében II.* Újítók Lapja, 1980/15, 10. o.

<sup>50</sup> BODZÁSI BALÁZS, GRAD-GYENGE ANIKÓ, PÁZMÁNDI KINGA: *Üzleti jog - Gazdasági civiljog*, Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó, Budapest, 2019, 67-81. o.

FALUDI GÁBOR: *Szerzői jog, iparvédelem és a Ptk. koncepciója*. Polgári Jogi Kodifikáció 2003, 2. szám, 3-14. o.

CSÉCSY GYÖRGY: *A fogyasztóvédelem szerepe a védjegyjogi szabályozásban*. Szikora Veronika (szerk.) *A fogyasztóvédelmi jog új irányai az elméletben és a gyakorlatban*, DE-ÁJK, FOME, Debrecen, 2007, 19-27.

szemben a „MOBIL” nemzeti és európai uniós szóvédjegy jogosultja észrevételt nyújtott be. Az ügy háttérében már 2013-ban a „MOBIL” védjegy jogosultja védjegybitorlási pert indított a „MOBIL PETROL” elnevezés alatt üzemanyag töltőállomásokot üzemeltető vállalkozással szemben. A bitorlási per eredményeként a jogerős ítéletében a bíróság a bitorlás abbahagyására kötelezte, és eltiltotta a további jogsértő magatartástól a jelen ügy bejelentőjét. Az SZTNH ezek alapján a bejelentést elutasította a Vt. 3. § (1) bek. c) pont szerinti feltétlen kizáró okra történő hivatkozással.<sup>51</sup> A bejelentő megváltoztatási kérelmet nyújtott be a Fővárosi Törvényszék részére, amely kérelmet a bíróság elutasította. A bíróság az elutasító döntésben kifejtette, hogy a „MOBIL” szónak töltőállomásai neveként való használata sérti az észrevételttevőnek jóhírű védjegye oltalmából fakadó kizárólagos használati jogát, azaz a „MOBIL PETROL” megjelölés használata jogellenes. A döntés fogyasztóvédelmi relevanciája alapján kiemelés érdemel, a bíróság azon érvelése miszerint a bejelentett megjelölés engedély nélküli használata indokolatlan piaci zavart kelt. Ezek alapján pedig sem a bejelentő sem az észrevételttevő védjegyei sem tudnák betölteni az alapvető funkciójukat vagyis, hogy azonosítsák a fogyasztó vagy a végső felhasználó számára az érintett áru vagy szolgáltatás származását.<sup>52</sup>

A másik említést érdemlő HELL ügyben a Magyar bejelentő európai uniós védjegyként bejelentette az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatalához (a továbbiakban: EUIPO) a „HELL” szómegjelölését a 30. áruosztályba. Az EUIPO a védjegybejelentést elutasította egy kivétellel az árujegyzék egészére. Álláspontja szerint ugyanis a HELL szó, mint német melléknév jelentése „világos”, és így a kávékészítményeket kategóriájában a németül beszélő fogyasztók számára a világos pörkölésű kávéra utalna. Ez alapján pedig közvetlen és konkrét kapcsolat áll fenn a bejelentett megjelölés és az áruk között, így pedig az leíró jellegű és nem rendelkezik megkülönböztető képességgel sem. A döntés a HELL fellebbezése révén az Európai Törvényszék elé került, amely elutasította a fellebbezést, és helybenhagyta a lajstromozás részleges megtagadására vonatkozó határozatot. Az ítéletből szintén szeretnék kiemelni pár fontos megállapítást. Mivel az említett áruk általános fogyasztási cikknek minősülnek, az érintett vásárlóközönség egyrészt szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagfogyasztókból, másrészt fokozott figyelmet tanúsító kereskedőkből és vendéglátóipari szakemberekből áll. Illetve mivel a bejelentett védjegy egy német szó, ezért az Európai Unió németül beszélő vásárlóközönségét kell alapul venni – függetlenül attól, hogy a HELL szó más értelmezés alapján angolul mint főnév poklot jelent. A HELL megjelölés a „röstung” (pörkölés) főnév jelenléte nélkül is világos pörkölésű kávékészítményekre fog utalni, illetve közvetlenül és egyértelműen tájékoztatja az érintett fogyasztói kört, hogy a szóban forgó áruk alapja „világos” pörkölésű kávé. Ezek alapján pedig érintett vásárlóközönség szempontjából kellően közvetlen és konkrét kapcsolat áll fenn a megjelölés és a szóban forgó áruk között vagyis a bejelentett védjegy leíró jellegű, így pedig nem rendelkezik a szükséges megkülönböztető képességgel.<sup>53</sup>

<sup>51</sup> Az SZTNH M1603320/21. és M1603321/16. számú határozatai.

<sup>52</sup> A Fővárosi Törvényszék 3.Pk.23.705/2018/3. és 3.Pk.23.771/2018/4. a megváltoztatási kérelmeket elutasító határozatai.

<sup>53</sup> Az Európai Törvényszék T-323/20 számú ítélete a Hell Energy Magyarország kontra EUIPO ügyben

## 8. Fogyasztóvédelem a földrajzi árujelzők oltalmának jogában

A földrajzi árujelzők a földrajzi jelzés, és eredetmegjelölés amelyek olyan megjelölések, amelyek az árukat földrajzi származásuk alapján differenciálják. Ebben a csoportban, vagyis a földrajzi árujelzők körében is érvényesül a fogyasztók megtévesztésének általános tilalma.<sup>54</sup>

A földrajzi jelzés *valamely táj, helység, kivételes esetben ország neve, amelyet az e helyről származó - a meghatározott földrajzi területen termelt, feldolgozott vagy előállított - olyan termék megjelölésére használnak, amelynek különleges minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője lényegileg ennek a földrajzi származásnak tulajdonítható.*<sup>55</sup> Elmondható azonban, hogy az oltalom jogosultja nem kizárólagosan a bejelentő lesz, hanem egy tágabb alanyi körre vonatkozik. Ugyan a származás megjelölés használata mindenkit megillet, aki az adott területen olyan vendéglátóipari szolgáltatást nyújt, amelynek megjelölésére a földrajzi árujelzőt használják, azonban nem megfelelő szóösszetételben az összetéveszthetőség miatt sértheti a versenytárs törvényes érdekeit, és így ellentétes lehet az üzleti tisztesség követelményével.<sup>56</sup> „A versenyjogi védelem alapján a védelem olyan árujelzőt, szolgáltatást is megillet, amelynek neve, megjelölése a fogyasztók számára a jellegzetessége folytán vált ismertté.”<sup>57</sup> Ilyen, fogyasztóvédelmi szempontból fontos megállapításra a Szegedi Ítéltábla, a Bugaci Csárda kontra Bugaci Karikás Csárda ügyben.<sup>58</sup> Megemlítenéd tehát, hogy a földrajzi árujelző használatának korlátja az üzleti tisztesség követelménye.

Az eredetmegjelölés *valamely táj, helység, kivételes esetben ország neve, amelyet az e helyről származó - a meghatározott földrajzi területen termelt, feldolgozott, illetve előállított - olyan termék megjelölésére használnak, amelynek különleges minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője kizárólag vagy lényegében az adott földrajzi környezet, az arra jellemző természeti és emberi tényezők következménye.*<sup>59</sup> A Fővárosi Ítéltábla 2008-ban a BUDAPEST szalámi ügyben fejtette ki, hogy amennyiben a megjelölés kizárólag az áru származását és fajtáját jelöli ki, akkor az nem rendelkezik megkülönböztető képességgel. Budapestre, mint eredet megjelölésre történő hivatkozás esetében pedig hiányzik a termék és az előállítás helye közötti szoros minőségi kapcsolat.<sup>60</sup> A borászatban ilyen szoros kapcsolat jelenik meg például a legrangosabb borvidékeink kiváló minőségű bort adó dűlőin úgymint; a Tokaji borvidéken Disznókő, vagy a Villányi borvidéken Kopár.<sup>61</sup>

A jogalkotó a védjegyek és földrajzi árujelzők oltalmáról szóló törvényben kizárta

(2021. április 21.)

<sup>54</sup> Tattay: *Szellemi alkotások a fogyasztóvédelemben* 42-43. o.

<sup>55</sup> 1997. évi XI. törvény 103. § (2) bek.

<sup>56</sup> BACHER GUSZTÁV: *Az áru eredetének megjelölése* In: *Versenyjog.* (szerk.: Boytha Györgyné, Tóth Tihamér) Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Budapest, 2010, 93-94. o.

<sup>57</sup> Bacher: i.m. 93. o.

<sup>58</sup> BH 2004.11.480

<sup>59</sup> 1997. évi XI. törvény 103. § (3) bek.

<sup>60</sup> Fővárosi Ítéltábla Pkf.25935/2008/5. számú határozata

<sup>61</sup> TATTAY LEVENTE: *A boreredet-megjelölések és borvédjegyek.* Magyar Jog, 2002, 10. szám, 605-606. o.

az összetéveszhető földrajzi árujelzők oltalom képességét<sup>62</sup>, amely fogyasztóvédelmi szempontból is kiemelt fontosságú döntés. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy nem lajstromozható olyan földrajzi árujelző, amelyet a fogyasztók összetéveszhetnek egy korábbi védjeggyel, vagy korábbi földrajzi árujelzővel. Például az Egri Bikavér borvédjegy és az Egri Bikavér brandy eredetmegjelölés ütközése.<sup>63</sup>

A földrajzi árujelzők oltalma szempontjából az oltalom tartalma tekintetében fontos és a fogyasztókat is védő szabály, hogy az árujelzőt kizárólag a jogosultak használhatják - abszolút szerkezetű, negatív tartalmú jogviszony - és másnak használati engedélyt nem adhatnak, vagyis így a licencia szerződés kötése is kizárt. Képzelnék csak el hipotetikusan, ha ez nem így lenne, akkor, például egy Szlovákia déli részén lévő vöröshagyma termelő is értékesíthetné Makói hagymaként a termékét, ha erre licencia szerződést kötne.

Megemlítést érdemel még a jogszabály<sup>64</sup> kifejezetten fogyasztókat is védő rendelkezése, amely mint zsinórmérték határozza meg a jogba ütköző cselekményeket a nemzeti oltalom esetén. Az ilyen fogyasztókat a földrajzi származással kapcsolatban megtévesztő cselekmények közül, példaként említhető meg; dunántúli paprika kalocsai paprikaként történő értékesítése, német pálinkafélék orosz személyek nevével történő forgalmazása és így pl.: Raszputyin névvel nem orosz vodka forgalmazása, spanyol brandy francia cognac-ként történő értékesítése, olasz bor tokaji borként történő értékesítése, vagy Németországban „Echt Ungarische Gulasch” hústermék forgalmazása.<sup>65</sup>

## 9. Fogyasztóvédelem a formatervezési mintaoltalom jogában

Formatervezési mintaoltalomban részesülhet jogszabály (Fmvtv.) szerint<sup>66</sup> minden új és egyéni jellegű formatervezési minta. A fogyasztókat védi a formatervezési minták oltalmáról szóló törvényben azt is, hogy amennyiben a tájékozott használóra azonos összbemutató tesz mint bármely más minta akkor az már nem felel meg az egyéni jelleg követelményeinek, és így nem oltalomképes.

Szintúgy a fogyasztókat védi az a jogszabályi rendelkezés, amely kizárja az oltalomképes minták köréből a közérdekű használatú mintákat. Amennyiben „egy síkbeli alakzatként oltalomra benyújtott formatervezési minta hivatalos szavatossági, vagy hitelesítési jegyet tartalmaz, az megtévesztő lehet a fogyasztók számára, hiszen a mintát ebben az esetben az adott szavatosságra garanciát nyújtó vagy hitelesítő szervezet hivatalos megjelöléseként értékeli.”<sup>67</sup> Gondoljunk itt példaként a hivatalos ellenőrzési jegy esetén a „a hatósági állatorvos ellenőrizte magyar baromfi”

<sup>62</sup> 1997. évi XI. törvény 106. § (1) bek. b) pont

<sup>63</sup> Tattay: *Szellemi alkotások a fogyasztóvédelemben* 39-40. o.

<sup>64</sup> 1997. évi XI. törvény 106. § (2) bek.

<sup>65</sup> VIDA SÁNDOR: *A védjegy és az ipari termékek értékesítése*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1992, 218. o.

VIDA SÁNDOR: *Védjegy és vállalat*. Közgazdasági és jogi könyvkiadó, Budapest, 1982.

<sup>66</sup> 2001. évi XLVIII. törvény a formatervezési minták oltalmáról

<sup>67</sup> Tattay: *Szellemi alkotások a fogyasztóvédelemben* 40. o.



megjelölésre. Nyilvánvalóan, ha egy ilyen megjelölést tartalmazó minta nem lenne kizárt az oltalmi körből, az jelentős mértékben torzíthatná a helyes fogyasztói döntéseket.

A Kúria 2011-ben hatályában fenntartotta a jogerős ítéletet „Csomagoló doboz, zsák, vödör, tüzelőanyaghoz” című formatervezési minta oltalommal kapcsolatos felülvizsgálati eljárásban<sup>68</sup>, fontos döntést hozott, amely fogyasztóvédelmi szempontból is értékelhető. A bíróság megállapította, *hogy az összbenyomás kialakításában a feliratoknak, azok arányának, elhelyezkedésének és az ábrának van meghatározó szerepe, míg a zsákos kialakítás nem értékelhető az összhatást döntő módon befolyásoló külső jellegzetességként*. Ezek alapján pedig a tájékozott felhasználó – fogyasztó – megfelelően tudja értékelni a termékeket a megjelenésük által biztosított összbenyomás szerint.

A formatervezési minta oltalommal kapcsolatban a megsemmisítésre vonatkozó rendelkezések közül szintén közvetlenül fogyasztóvédelmi relációkkal rendelkező esetköröket is láthatunk. Meg kell semmisíteni a mintát, ha nem felel meg a jogszabályban meghatározott lajstromozási feltételeknek. Gondolhatunk itt példaként arra, ha azonos vizuális összbenyomást kelt, mint egy korábbi másik minta. Azonosnak kell tekinteni akkor is, ha csupán lényegtelen részletekben különböznek. Fontos szempont azonban, hogy az egyéni jelleg megítélésekor nem a tájékoztatlan átlagfogyasztó, hanem tájékozott használó szemszögéből kell azt megítélni.

## 10. Összefoglalás

Fogyasztóként rengeteg inger ér bennünket mindennapjaink során, amelyre vagy tudatosan vagy tudat alatt reagálunk. Gondoljunk itt csak a különböző termékekre vagy szolgáltatásokra és azok reklám hordozóira. Ki ne emlékezne a kilencvenes évek üveg palackos Coca Cola kiszereelésére ahol a kecsesen csengő márkanév (védjegy) megjelölés alatt az egész ország által ismert és „törv. védve” jelzés volt megfigyelhető, bár javarészt senki nem tudta miféle törvény védi, és tulajdonképpen mit is véd a népszerű üdítőn. A logót követően pedig a szintén ezzel a márkával a közéletben megismertetett copyright „©” jelzés, amiről szintén sokan nem tudják mit is jelent, illetve miért is „nem” kell használni hazánkban. A szellemi tulajdonhoz értő, vagy az az iránt érdeklődő olvasó viszont sok apróságot lát a korábban említett népszerű terméken, amit fogyasztóként is látunk, de talán nem is vesszük észre. A szakmában jártas szemek látják az üveg speciális formáját és külső jellegzetességeit, észreveszik a színek, az alak és a felület sajátosságait. Megfigyelhetünk márkanéveket – ábrás, szó, vagy akár más jellegű – és védjegyeket. A palackban pedig laikusként kellemes ízű üdítőt találunk, a szakavatott ízező viszont már az üzleti titok hömpölygő ízét is észleli.

Ahogy az írásban áttekinthették, számos kapcsolódási pont van a szellemi alkotások joga és a fogyasztóvédelmi jog egyes vetületei között. Összefoglalóként

---

<sup>68</sup> Pfv.22040/2011/8

elmondható, hogy ezek az egyes önálló jogintézmények számos esetben, még ha nem is feltétlenül tudatos kodifikációs tevékenység eredményként, de kiegészítik egymást. Ezen túl pedig hozzájárulnak, hogy a fogyasztók azt a terméket, vagy szolgáltatást kaphassák meg amelyet valóban szeretnének.

Talán nem túlzás azt kijelenteni, hogy az egyes szellemi alkotások bitorlásakor létrejövő hamis termékek a gyakorlatban a fogyasztók megtévesztésére jönnek létre. Szétválasztható ugyan a kérdéskör egyrészt arra az esetre, amikor a fogyasztónak nincs tudomása a hamisítás tényéről, és olyan minőségű az így előállított produktum, hogy ezt nem is észleli. Másrészt, pedig amikor a fogyasztó tisztában van a termék hamisított voltával, de annak kedvező ára, vagy beszerzésének egyszerűbb lehetősége miatt választja azt. A szellemi alkotások bitorlásának megakadályozása, illetve a bitorlókkal szembeni fellépés fogyasztóvédelmi céloknak is eleget tesz, úgy mint az áru megfelelő minősége, a forgalom biztonsága, vagy az egyes szavatossági igények érvényesítése elvi lehetőségének biztosítása. Kiemelt figyelmet kell szentelnünk a gyógyszerek, élelmiszerek, gyermekjátékok területére, ahol a bitorlás a jogosultnak okozott károkon túl, más súlyos következményekkel is járhat, ennek megelőzése pedig a fogyasztóvédelem szignifikáns célja.

---

---