

A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (első tanács)

2008. június 12.*

A C-533/06. 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 2006. december 28-án érkezett, 2006. december 14-i határozatával terjesztett elő az előtte

az **O2 Holdings Limited**,

az **O2 (UK) Limited**

és

a **Hutchinson 3G UK Limited**

között folyamatban lévő eljárásban,

A BÍRÓSÁG (első tanács),

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

* Az eljárás nyelve: angol.

főtanácsnok: P. Mengozzi,
hivatalvezető: J. Swedenborg tanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2007. november 29-i tárgyalásra,

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

- az O2 Holdings Limited és az O2 (UK) Limited képviseletében R. Arnold QC, M. Vanhegen barrister, J. Stobbs attorney, valamint S. Tierney, A. Brodie és S. Magee solicitors,
- a Hutchison 3G UK Limited képviseletében G. Hobbs QC, E. Hinsworth barrister, valamint L. Silkin, G. Crown, N. Walker és S. Jones solicitors,
- az Európai Közösségek Bizottsága képviseletében W. Wils, meghatalmazotti minőségben,

a főtanácsnok indítványának a 2008. január 31-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

- 1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK tanácsi első irányelv (HL L 40., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. o.) 5. cikke (1) bekezdésének, valamint az 1997. október 6-i 97/55/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 290., 18. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 3. kötet, 365. o.) módosított, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv (HL L 250., 17. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 1. kötet, 227. o.; a továbbiakban: 84/450 irányelv) 3a. cikke (1) bekezdésének az értelmezésére irányul.

- 2 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelmet az O2 Holdings Limited és O2 (UK) Limited (a továbbiakban együtt: O2 és O2 (UK) és a Hutchinson 3G UK Limited (a továbbiakban: H3G) között folyamatban levő jogvita keretében nyújtották be, melynek tárgya az O2 és O2 (UK) védjegyeinek a H3G által összehasonlító reklám keretében való használata.

Jogi háttér

A közösségi szabályozás

- 3 A 89/104 irányelvnek „A védjegyoltalom tartalma” című 5. cikke a következőképpen rendelkezik:

„(1) A védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít. A kizárólagos jogok alapján a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ

- a) a védjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal

- b) olyan megjelölést, amelyet a fogyasztók a védjeggyel összetéveszhetnek a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszhetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzet-társítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez.

(2) 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 jóhírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét.

(3) Az (1) és (2) bekezdésben szabályozott feltételek megvalósulása esetén tilos különösen

- a) a megjelölés elhelyezése az árun vagy csomagolásán;

- b) a megjelölést hordozó áru eladásra való felkínálása, forgalomba hozatala, valamint forgalomba hozatal céljából történő raktáron tartása, illetve szolgáltatás felajánlása vagy annak nyújtása a megjelölés alatt;

- c) a megjelölést hordozó áruk behozatala vagy kivitele;

d) a megjelölés használata az üzleti iratokon vagy a reklámozásban.

[...]

(5) Az (1)–(4) bekezdésekben foglaltak nem érintik a tagállamok olyan jogszabályi rendelkezéseit, amelyek alapján a jogosult felléphet a megkülönböztetéstől eltérő célokra szolgáló megjelölés használata ellen, feltéve, hogy az ilyen megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét.”

4 A 89/104 irányelv „A védjegyoltalom korlátai” című 6. cikkének az (1) bekezdése a következőket írja elő:

„A védjegyoltalom alapján a jogosult nem tilthat el mást attól, hogy gazdasági tevékenysége körében – az üzleti tisztesség követelményeivel összhangban – használja

a) saját nevét vagy címét;

b) az áru vagy a szolgáltatás fajtájára, minőségére, mennyiségére, rendeltetésére, értékére, földrajzi eredetére, előállítási, illetve teljesítési idejére vagy egyéb jellemzőjére vonatkozó jelzést;

c) a védjegyet, ha az szükséges az áru vagy a szolgáltatás rendeltetésének jelzésére, különösen tartozékok vagy alkatrészek esetében.”

5 Az összehasonlító reklámra vonatkozó rendelkezéseket a 97/55 irányelv tette a 84/450 irányelv részévé.

6 A 97/55 irányelv (13)–(15) preambulumbekzdésének szövege a következő:

„(13) mivel a [...] 89/104 [...] irányelv 5. cikkének értelmében a lajstromozott védjegy a jogosultjának kizárólagos jogokat biztosít, köztük azt a jogot, hogy megakadályozza, hogy harmadik személyek azonos árukkal vagy szolgáltatásokkal, vagy adott esetben más árukkal kapcsolatban a gazdasági tevékenység körében a védjeggyel azonos vagy hozzá hasonló bármiféle megjelölést használjanak;

(14) mivel azonban az összehasonlító reklám hatékonnyá tétele érdekében szükséges lehet valamely versenytárs áruinak vagy szolgáltatásainak azonosítása olyan védjegyre vagy kereskedelmi névre való hivatkozással, amelynek az említett versenytárs a jogosultja;

(15) mivel a versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzéseinek ilyen használata nem jelenti harmadik fél e kizárólagos jogának megsértését, ha megfelel ezen irányelv feltételeinek, mivel ebben az esetben célja csupán a különbségtétel és ezzel a különbségek tárgyilagos kiemelése”.

7 A 84/450 irányelv 1. cikke értelmében az irányelv célja többek között azoknak a feltételeknek a meghatározása, amelyek mellett az összehasonlító reklám megengedett.

- 8 Az ezen irányelv 2. cikkének 2a. pontjában foglalt meghatározás szerint összehasonlító reklám „minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat, vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat”.
- 9 Az említett irányelv 3a. cikkének (1) bekezdése a következőket írja elő:

„Az összehasonlítást illetően összehasonlító reklám a következő feltételek teljesülése esetén megengedett:

- a) a reklám 2. cikk 2. pontja, a 3. cikk és a 7. cikk (1) bekezdése szerint nem megtévesztő;

[...]

- d) nem idézi elő a piacon a reklámozónak és valamely versenytársának, vagy a reklámozó és versenytársa védjegyének, kereskedelmi nevének, egyéb megkülönböztető jelzésének, áruinak vagy szolgáltatásainak összetévesztését;

- e) nem rontja vagy becsmérli valamely versenytárs védjegyeinek, kereskedelmi neveinek, más megkülönböztető jelzéseinek, áruinak, szolgáltatásainak, tevékenységeinek vagy körülményeinek a hírét;

[...]

- g) nem használja ki tisztességtelen módon valamely versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzésének vagy versenytárs termékek eredetmegjelölésének hírnevét;

- h) az árut vagy szolgáltatást nem egy védett védjeggyel vagy védett kereskedelmi névvel ellátott áru vagy szolgáltatás utánzataként vagy másolataként mutatja be.”

A nemzeti szabályozás

- 10 A 89/104 irányelv rendelkezéseit a nemzeti jogba a védjegyekről szóló 1994-es törvény (Trade Marks Act 1994) ültette át.

- 11 A 84/450 irányelv rendelkezéseit a nemzeti jogba a 2003-as rendeletekkel (SI 2003/3183) módosított, a megtévesztő reklámok ellenőrzéséről szóló 1988-as rendeletek (Control of Misleading Advertisements Regulations 1988, SI 1988/915; a továbbiakban: UK Regulations) ültették át.

- 12 A megtévesztő reklámok elleni küzdelmet és a 84/450 irányelv 4. cikkében az összehasonlító reklámokra vonatkozóan előírt rendelkezések betartását a UK Regulations értelmében a Director General of Fair Trading biztosítja, amely akár a panaszok elbírálására, akár a megfelelő jogi lépések megtételére illetékes közigazgatási hatóság.

13 A UK Regulations 4A. szabálya a (3) bekezdésében a következőképpen rendelkezik:

„A jelen szabály rendelkezései nem értelmezhetők úgy, hogy azok:

- a) e rendelet bármely megsértése esetén polgári jogi kereset indítási jogot biztosítanak (kivéve, ha a jelen UK Regulations kifejezetten így rendelkezik);

- b) a jelen Regulations-ban meghatározottakon kívüli más jogcímen indult eljárás tekintetében bármely keresetindítási vagy más (polgári jogi vagy büntetőjogi) jogorvoslati jogosultságot sértenek.”

Az alapeljárás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

14 Az O2 és O2 (UK) mobiltelefon-szolgáltatói tevékenységet végez.

15 Az említett vállalkozás a szolgáltatásai reklámozásához a buborékos külső megjelenítést számos módon használja. Vitathatatlan, hogy a mobiltelefonok ágazatában a fogyasztók a vízbuborékok képeiről (különösen a kék színárnyalataiban megjelenített háttérrel) az O2 és O2 (UK) szolgáltatásaira asszociálnak.

16 Az O2 és O2 (UK) buborékok statikus képéből álló, két nemzeti ábrás védjegy (a továbbiakban: buborékos védjegyek) jogosultja, melyeket az Egyesült Királyságban lajstromoztak távközlési eszközökre és távközlési szolgáltatásokra vonatkozóan.

- 17 A H3G szintén mobiltelefonos kereskedelmi szolgáltatásokat nyújt a „3” megjelölés használata mellett. A H3G többek között a „Threepay” elnevezésű pay-as-you-go [a használat szerinti fizetésen alapuló] szolgáltatást kínálja.
- 18 A 2004-es év során a H3G reklámkampányt indított. E célból a televízióban olyan reklámot sugározott, amelyben a szolgáltatásának árait összehasonlította az O2 és O2 (UK) szolgáltatásainak az áraival. E televíziós reklám (a továbbiakban: vitatott reklám) az „O2” név feltüntetése mellett mozgó buborékok fekete-fehérben történő megjelenítésével kezdődött, majd a „Threepay” és a „3” képi megjelenítésével folytatódott, olyan üzenet mellett, hogy a H3G szolgáltatásai konkrét módon olcsóbbak.
- 19 Az O2 és O2 (UK) a High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division előtt keresetet indított a H3G ellen a buborékos védjegyeinek bitorlása miatt.
- 20 Az O2 és O2 (UK) az alapeljárásban elismerte, hogy a vitatott reklámban az árak összehasonlítása a valóságnak megfelelt, és a reklám összességében nem megtévesztő. A reklám nem sugallta azt, hogy az O2 és O2 (UK) és a H3G között bármilyen jellegű kereskedelmi kapcsolat állna fenn.
- 21 E védjegybitorlási kereset 2006. március 23-án elutasításra került. A High Court lényegében megállapította, hogy a buborékok ábráinak a vitatott reklámban való alkalmazása a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdése b) pontjának a hatálya alá tartozik, de mivel a reklám megfelel a 84/450 irányelv 3a. cikkének, a H3G számára kimentési okot szolgáltat a 89/104 irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja.

- 22 Az O2 és O2 (UK) ezen ítélet ellen fellebbezést nyújtott be a Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) testületéhez.
- 23 A kérdést előterjesztő bíróság először is a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének az értelmezését kéri.
- 24 Az említett bíróság egyrészt azt kívánja megtudni, hogy az e rendelkezésben említett használat körébe kizárólag a harmadik személy által értékesített termékek és szolgáltatások kereskedelmi származásának a megkülönböztetését érintő használat tartozik-e. A nemzeti bíróság ugyanis úgy véli, hogy az e kérdésre adott igenlő válasz azzal a következménnyel járna, hogy a versenytárs védjegyének az összehasonlító reklámban történő használata nem tartozna a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a hatálya alá, mivel a védjegy az ilyen reklámokban nem a reklámozó termékei származásának a megjelölésére szolgál.
- 25 Másrészt a kérdést előterjesztő bíróság azt kívánja megtudni, hogy a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) bekezdése értelmében vett összetévesztés veszélye fennállásának az értékelése szempontjából helyes-e kizárólag a védjegy és a vitatott megjelölés, illetve a védjegy árujegyzékében szereplő áruk és szolgáltatások, valamint a megjelölés által érintett szolgáltatások összehasonlítása, vagy ellenkezőleg, mérlegelni kell a megjelölés használatának ténybeli hátterét is.
- 26 Másodszor a kérdést előterjesztő bíróság úgy véli, hogy amennyiben az az összehasonlító reklám, amelyben a versenytárs védjegye használatra kerül, megfelel a 84/450 irányelv 3a. cikkének, ez kimentési okot jelent, amelyre a versenytársnak az e használat ellen benyújtott keresetével szemben hivatkozni lehet.
- 27 Továbbá, arra az esetre, ha a Bíróság a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) bekezdését úgy értelmezi, hogy az alapügy tárgyát képezőhöz hasonló helyzetben e rendelkezés

feljogosítja a lajstromozott védjegy jogosultját arra, hogy a védjegyének az összehasonlító reklámban való használatát megtiltsa, a kérdést előterjesztő bíróság a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének az értelmezését kéri arra vonatkozóan, hogy ahhoz, hogy az összehasonlító reklám, amelyben a versenytárs védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés használatra kerül, jogszerű legyen, e megjelölés használatának „szükségesnek” kell-e lennie a versenytárs és a reklámozó áruinak vagy szolgáltatásainak az összehasonlításához.

28 E körülmények között a Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) úgy határozott, hogy az eljárást felfüggeszti, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjeszti a Bíróság elé:

- „1) Amennyiben a kereskedő a saját áruinak és szolgáltatásainak reklámozása során egy versenytárs lajstromozott védjegyét használja annak érdekében, hogy az általa forgalmazott áruk és szolgáltatások jellemzőit (különösen az árat) a versenytárs által e védjeggyel forgalmazott áruk és szolgáltatások jellemzőivel (különösen az áraikkal) összehasonlítsa, oly módon, hogy az nem okoz összetéveszthetőséget, vagy más módon sem veszélyezteti a védjegynek mint a származás jelzőjének az alapvető funkcióját, a védjegy ilyen használatára kiterjed-e a 89/104 irányelv 5. cikke [(1) bekezdése] a) vagy b) pontjának hatálya?
- 2) Amennyiben a kereskedő az összehasonlító reklámban a versenytárs védjegyét használja, a [...] 84/450 irányelv 3a. cikk[e] [(1) bekezdésének] való megfeleléshez e használatnak »szükségesnek« kell-e lennie, és amennyiben igen, mik a szükségesség mérlegelésének kritériumai?
- 3) Különösen, amennyiben a szükségesség követelménye fennáll, ez a követelmény tiltja-e az olyan megjelölések használatát, amelyek nem azonosak a lajstromozott védjeggyel, hanem nagymértékben hasonlóak ahhoz?”

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekről

Előzetes észrevételek

- 29 A nemzeti bíróság kérdéseivel a Bíróságot a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének, valamint a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének az együttes értelmezésére kéri.
- 30 Az alapügyet ugyanis az a körülmény jellemzi, hogy az O2 és O2 (UK) azt állítja, hogy a buborékok ábrájából álló védjegyeihez hasonló megjelölésnek a H3G által, az összehasonlító reklámban való használata sérti a számára az említett védjegyek által biztosított kizárólagos jogokat.
- 31 Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések vizsgálata előtt tisztázni kell a 89/104 irányelv és a 84/450 irányelv közötti kapcsolatot.
- 32 A 89/104 irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdése értelmében a védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít, melyek alapján a jogosult bizonyos körülmények között bármely harmadik személy számára megtilthatja, hogy az engedélye nélkül gazdasági tevékenysége körében a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használjon. Ezen irányelv 5. cikke (3) bekezdésének d) pontja szerint a védjegy jogosultja különösen megtilthatja bármely harmadik személynek az ilyen megjelölés reklámozásban való használatát.
- 33 A versenytárs védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölésnek a reklámozó által összehasonlító reklámban való használata a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdése értelmében vett használatnak minősülhet.

- 34 Egyrészt ugyanis a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy az a védjeggyel azonos vagy hasonló megjelölésnek a harmadik személy által értékesített áruk vagy nyújtott szolgáltatások tekintetében történő használatára vonatkozik (lásd ebben az értelemben a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjára vonatkozóan a C-48/05. sz. Adam Opel ügyben 2007. január 25-én hozott ítélet [EBHT 2007., I-1017. o.] 28. pontját).
- 35 Másrészt az olyan reklámnak, amelyben a reklámozó összehasonlítja az általa forgalmazott árukat és szolgáltatásokat a versenytársával, nyilvánvalóan az a célja, hogy e reklámozó a saját áruit és szolgáltatásait népszerűsítse. A reklámozó az ilyen reklámmal arra törekszik, hogy az áruit és szolgáltatásait azok jellemzőinek a versenytárs áruinak és szolgáltatásainak a jellemzőivel való összehasonlítása útján megkülönböztesse. Ezt a megállapítást a 97/55 irányelv (15) preambulumbekkezdése is alátámasztja, amelyben a közösségi jogalkotó hangsúlyozza, hogy az összehasonlító reklám célja a reklámozó áruit és szolgáltatásait és a versenytárs áruit és szolgáltatásait közötti különbségtétel (lásd a C-112/99. sz. Toshiba Europe ügyben 2001. október 25-én hozott ítélet [EBHT 2001., I-7945. o.] 53. pontját).
- 36 Következésképpen a versenytárs védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölésnek az összehasonlító reklámban a reklámozó által abból a célból történő használata, hogy a versenytárs áruit vagy szolgáltatásait azonosítsa, a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdése értelmében a reklámozó saját áruival vagy szolgáltatásaival kapcsolatos használatnak minősül.
- 37 Az ilyen használat tehát adott esetben az említett rendelkezések alapján megtiltható.
- 38 Amint azonban a 97/55 irányelv (2)–(6) preambulumbekkezdéséből kitűnik, a közösségi jogalkotó támogatni kívánta az összehasonlító reklámot, hangsúlyozva a (2) preambulumbekkezdésben különösen azt, hogy az összehasonlító reklám „az áruk és szolgáltatások nyújtói közötti versenyt is serkentheti a fogyasztók javára”, és az (5) preambulumbekkezdésben azt, hogy az „megbízható eszköz lehet arra nézve, hogy tájékoztassa a fogyasztókat a fogyasztók előnyére”.

- 39 A 97/55 irányelv (13)–(15) preambulumbekzdésének tanúsága szerint a közösségi jogalkotó úgy vélte, hogy az összehasonlító reklám támogatásának szükségessége megkívánja a védjegy által biztosított jogok bizonyos mértékű korlátozását.
- 40 A védjegyoltalom e korlátozása az összehasonlító reklám támogatása érdekében nemcsak magának a versenytárs védjegyének a reklámozó által történő használata esetén tűnik szükségesnek, hanem az e védjegyhez hasonló megjelölés használata esetén is.
- 41 A 84/450 irányelv 2. cikkének 2a. pontja értelmében ugyanis „összehasonlító reklám” minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat, vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat.
- 42 Az állandó ítélkezési gyakorlat értelmében tág értelmű meghatározásról van szó, amely az összehasonlító reklámok sok fajtájára kiterjed, ezért az összehasonlító reklámhoz elegendő annak megállapítása, hogy valamely versenytársra, illetve az általa kínált árukra vagy szolgáltatásokra – akár közvetett – hivatkozás történik (lásd a fent hivatkozott Toshiba Europe ügyben hozott ítélet 30. és 31. pontját és a C-44/01. sz. Pippig Augenoptik ügyben 2003. április 8-án hozott ítélet [EBHT 2003., I-3095. o.] 35. pontját, valamint a C-381/05. sz. De Landtsheer Emmanuel ügyben 2007. április 19-én hozott ítélet [EBHT 2007., I-3115. o.] 16. pontját).
- 43 Valamely reklám összehasonlító jellegének megállapításához tehát a hirdető egy versenytársának, illetve az általa kínált termék vagy szolgáltatás kifejezett vagy közvetett felismerhetővé tétele szükséges (a fent hivatkozott Toshiba Europe ügyben hozott ítélet 29. pontja és a fent hivatkozott De Landtsheer Emmanuel ügyben hozott ítélet 17. pontja).
- 44 Következésképpen, ha a reklámozó versenytársának védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölésnek a használatát az átlagos fogyasztó az e versenytársra vagy az általa kínált árukra vagy szolgáltatásokra való utalásként érzékeli, mint az alapügyben, akkor a 84/450 irányelv 2. cikkének 2a. pontja értelmében vett összehasonlító reklámról van szó.

- 45 Ebből következően a lajstromozott védjegy oltalma és az összehasonlító reklám alkalmazása közötti kompromisszum megteremtése érdekében a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdését, valamint a 84/450 irányelv 3a. cikkének (1) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy a védjegy jogosultja nem jogosult arra, hogy megtiltsa harmadik személyek számára a védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölésnek az említett 3a. cikk (1) bekezdésében foglalt valamennyi megengedhetőségi feltételt kielégítő összehasonlító reklámban való használatát.
- 46 Meg kell azonban állapítani, hogy amennyiben a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés használata megtiltásának a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglalt feltételei teljesülnek, kizárt, hogy az az összehasonlító reklám, amelyben e megjelölést használják, megfeleljen a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének d) pontjában meghatározott megengedhetőségi feltételnek.
- 47 Egyrészt ugyanis a védjegy és a megjelölés, illetőleg az áruk vagy szolgáltatások közötti hasonlóság esetén az összetéveszthetőség képezi a védjegyoltalom különleges feltételét. A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdése b) pontjának így az a rendeltetése, hogy akkor alkalmazzák, ha védjeggyel megjelölt áruk vagy szolgáltatások azonos-sága vagy hasonlósága miatt a vásárlóközönség tudatában fennáll az összetéveszthetőség (a C-120/04. sz. Medion-ügyben 2005. október 6-án hozott ítélet [EBHT 2005., I-8551. o.] 24. és 25. pontja).
- 48 Másrészt a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének d) pontjából következik, hogy az összehasonlító reklám nem megengedett, ha a reklámozónak és valamely versenytársának, vagy a reklámozó és versenytársa védjegyének, áruinak vagy szolgáltatásainak összetévesztését idézi elő.
- 49 A 97/55 irányelv (13)–(15) preambulumbekkezdésének fényében az „összetévesztésnek” mind a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában, mind a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének d) pontjában használt fogalmát azonos módon kell értelmezni.

- 50 Így, abban az esetben ha a reklámozó az összehasonlító reklámban a versenytárs védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használ, a versenytárs vagy nem bizonyítja az összetéveszthetőséget, és ezért nem jogosult arra, hogy e megjelölés használatát a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján megtiltsa, vagy bizonyítja az összetéveszthetőséget, és ebből következően a reklámozó e tilalommal szemben nem hivatkozhat kimentési okra a 84/450 irányelv 3a. cikkének (19) bekezdése alapján, mivel a kérdéses reklám nem felel meg az e rendelkezésben meghatározott valamennyi feltételnek.
- 51 Előzetesen tehát azt a választ kell adni, hogy a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdését, valamint a 84/450 irányelv 3a. cikkének (1) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy a védjegy jogosultja nem tilthatja meg harmadik személyeknek, hogy a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használjanak olyan összehasonlító reklámban, amely az említett 3a. cikk (1) bekezdésében felsorolt valamennyi megengedhetőségi feltételnek megfelel.

Amennyiben azonban a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés használata megtiltásának a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglalt feltételei teljesülnek, kizárt, hogy az az összehasonlító reklám, amelyben az említett megjelölést használják, megfeleljen a 97/55 irányelvvel módosított 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének d) pontjában meghatározott megengedhetőségi feltételnek.

Az első, a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének értelmezésére vonatkozó kérdésről

- 52 Vitathatatlan, hogy az alapügyben a H3G nem az O2 et O2 (UK) által lajstromoztatott buborékos védjegyeket használta, hanem egy e védjegyekhez hasonló megjelölést.

- 53 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontja azonban csak akkor alkalmazandó, ha a védjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használják, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal.
- 54 Mivel ez a rendelkezés nem alkalmazható az alapügyre, nem szükséges annak értelmezése.
- 55 A fentiekből következően az első kérdést a válaszadás szempontjából úgy kell értelmezni, hogy a kérdést előterjesztő bíróság azt kívánja megtudni, hogy a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontját úgy kell-e értelmezni, hogy a védjegy jogosultja megtilthatja harmadik személyeknek, hogy a védjegyhez hasonló megjelölést összehasonlító reklámban olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használjanak, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, vagy azokhoz hasonlóak, abban az esetben, ha e használat a vásárlóközönség tudatában nem idéz elő összetéveszthetőséget.
- 56 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint annak elkerülése érdekében, hogy a védjegy-jogosult számára biztosított oltalom tagállamonként változzék, a Bíróság feladata egységes értelmezést adni az irányelv 5. cikkének (1) bekezdését és különösen az ott szereplő „használat” fogalmát illetően (a C-206/01. sz., Arsenal Football Club ügyben 2002. november 12-én hozott ítélet [EBHT 2002., I-10273. o.] 45. pontja, a fent hivatkozott Adam Opel ügyben hozott ítélet 17. pontja és a C-17/06. sz. Céline-ügyben 2007. szeptember 11-én hozott ítélet [EBHT 2007., I-7041. o.] 15. pontja).
- 57 Amint az a Bíróság ítélkezési gyakorlatából következik (a fent hivatkozott Arsenal Football Club ügyben hozott ítélet, a C-245/02. sz. Anheuser-Busch-ügyben 2004. november 16-án hozott ítélet [EBHT 2004., I-10989. o.], a fent hivatkozott Medion-ügyben hozott ítélet, a fent hivatkozott Adam Opel ügyben hozott ítélet, valamint a fent hivatkozott Céline-ügyben hozott ítélet), a lajstromozott védjegy jogosultja csak akkor tilthatja meg a védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés harmadik fél általi használatát a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján, ha a következő négy feltétel teljesül:

– a használat gazdasági tevékenység keretében történik;

- a használathoz a védjegyjogosult nem járult hozzá;

- a használat a lajstromozott védjegy áruival vagy szolgáltatásaival azonos vagy azokhoz hasonló árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban történik, és

- olyan jellegű, hogy a vásárlóközönség tudatában fennálló összetéveszthetőség miatt sérti vagy sértheti a védjegy azon alapvető funkcióját, hogy a fogyasztók számára garantálja az áruk vagy szolgáltatások származását.

58 Konkrétabban a negyedik feltétel tekintetében meg kell állapítani egyrészt azt, hogy amint arra a jelen ítélet 47. pontja is emlékeztet, a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja csak akkor alkalmazható, ha a védjeggyel megjelölt áruk vagy szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt a vásárlóközönség tudatában fennáll az összetévesztés veszélye.

59 Másrészt az állandó ítélkezési gyakorlat szerint e rendelkezés értelmében összetéveszthetőséget okozhat, ha a közönség azt hiheti, hogy a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások ugyanattól a vállalkozástól vagy adott esetben gazdaságilag egymással kapcsolatban álló vállalkozásoktól származnak (lásd többek között a C-342/97. sz., Lloyd Schuhfabrik Meyer ügyben 1999. június 22-én hozott ítélet [EBHT 1999., I-3819. o.] 17. pontját és a fent hivatkozott Medion-ügyben hozott ítélet 26. pontját). Ezért a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés olyan használata, amely a vásárlóközönség tudatában összetéveszthetőséget idéz elő, sérti vagy sértheti a védjegy alapvető funkcióját.

60 Az alapügyben egyértelmű, hogy a buborékos védjegyekhez hasonló megjelölésnek a H3G általi használata gazdasági előnyre törekvő kereskedelmi tevékenység keretében történt, és nem magáncélú használat során. Következésképpen a megjelölés használata gazdasági tevékenység keretében történt (lásd analógiaként a fent hivatkozott Céline-ügyben hozott ítélet 17. pontját).

- 61 Az is egyértelmű, hogy a H3G e megjelölést a buborékos védjegyek jogosultja, az O2 és O2 (UK) hozzájárulása nélkül használta.
- 62 Ezenfelül a lajstromozott védjegy szolgáltatásaival azonos szolgáltatásokkal kapcsolatban való használatról van szó.
- 63 Meg kell azonban állapítani, hogy a kérdést előterjesztő bíróság saját megállapításai szerint a buborékos védjegyekhez hasonló buborékos ábráknak a H3G által a vitatott reklámban történő használata a fogyasztók tudatában nem idézett elő összetéveszthetőséget. A vitatott reklám ugyanis összességében nem volt megtévesztő, és nem sugallta azt, hogy az O2 és O2 (UK) és a H3G között bármilyen jellegű kereskedelmi kapcsolat állna fenn.
- 64 E tekintetben az O2 és O2 (UK) állításaival ellentétben a kérdést előterjesztő bíróság az összetéveszthetőség értékelése keretében jogosan korlátozta a vizsgálatát annak értékelésére, hogy a H3G a buborékos védjegyekhez hasonló megjelölést milyen összefüggésében használta.
- 65 Igaz, hogy a 89/104 irányelv 4. cikke (1) bekezdésének b) pontjában és 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában szereplő összetéveszthetőség fogalma azonos (lásd ebben az értelemben a C-425/98. sz. Marca Mode ügyben 2000. június 22-én hozott ítélet [EBHT 2000., I-4861. o.] 25–28. pontját).
- 66 A 89/104 irányelv 4. cikke (1) bekezdésének b) pontja azonban a védjegybejelentésre vonatkozik. Miután a védjegyet lajstromozták, a védjegyjogosult azt szabadon használhatja, ezért annak értékelése során, hogy a védjegybejelentés az e rendelkezésben előírt kizáró ok hatálya alá tartozik-e, a felszólaló korábbi védjegyével való összetéveszthetőséget a védjegybejelentés által érintett valamennyi olyan eset tekintetében ellenőrizni kell, amelyben a védjegy lajstromozása esetén használhatják.

- 67 Ezzel szemben a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában előírt esetben a harmadik személy, aki a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használ, nem igényel e megjelölés vonatkozásában oltalmat, hanem csak alkalmoszerűen használja. E körülmények között annak értékelése keretében, hogy a védjegyjogosult jogosult-e az e konkrét használat elleni fellépésre, az említett használat jellemzőinek vizsgálatára kell szorítkozni, annak vizsgálata nélkül, hogy ugyanezen megjelölés más körülmények között történő egyéb használata szintén összetéveszthetőséget okozna-e.
- 68 Következésképpen a negyedik feltétele annak, hogy a védjegyjogosult megtilthassa a védjegyéhez hasonló megjelölés használatát olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, vagy azokhoz hasonlóak, az alapügyben nem teljesül.
- 69 Ebből következően az első kérdésre azt a választ kell adni, hogy a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontját úgy kell értelmezni, hogy a védjegy jogosultja nem tilthatja meg harmadik személyeknek, hogy a védjegyhez hasonló megjelölést összehasonlító reklámban olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használjanak, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, vagy azokhoz hasonlóak, abban az esetben, ha e használat a vásárlóközönség tudatában nem idéz elő összetéveszthetőséget, és ez attól függetlenül fennáll, hogy az említett összehasonlító reklám megfelel-e a 84/450 irányelv 3a. cikkében felsorolt valamennyi megengedhetőségi feltételnek.

A második és harmadik, a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének értelmezésére vonatkozó kérdésről

- 70 A kérdést előterjesztő bíróság második és harmadik kérdésével azt kívánja megtudni, hogy a 84/450 irányelv 3a. cikkének (1) bekezdését úgy kell-e értelmezni, hogy az olyan összehasonlító reklám, amelyben a reklámozó a versenytársa védjegyét vagy e védjegyhez hasonló megjelölést használ, csak akkor megengedett, ha e használat szükséges a reklámozó, illetve a versenytársa áruinak vagy szolgáltatásainak az

összehasonlításához, illetve, hogy az adott esetben a versenytárs védjegyéhez hasonló megjelölés használata tekinthető-e szükségesnek.

- 71 A kérdést előterjesztő bíróság azonban e rendelkezés értelmezését csak arra az esetre kérte, ha a Bíróság az előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdésre igennel válaszolna.
- 72 Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett második és harmadik kérdést ezért nem kell megvizsgálni.

A költségekről

- 73 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 tanácsi első irányelv 5. cikkének (1) és (2) bekezdését, valamint az 1997. október 6-i 97/55/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel módosított, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv 3a. cikkének (1) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy a lajstromozott védjegy jogosultja nem tilthatja meg harmadik személyeknek, hogy a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használjanak olyan összehasonlító reklámban, amely az

említett 3a. cikk (1) bekezdésében felsorolt valamennyi megengedhetőségi feltételnek megfelel.

Amennyiben azonban a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés használata megtiltásának a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglalt feltételei teljesülnek, kizárt, hogy az az összehasonlító reklám, amelyben az említett megjelölést használják, megfeleljen a 97/55 irányelvvel módosított 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének d) pontjában meghatározott megengedhetőségi feltételnek.

- 2) A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontját úgy kell értelmezni, hogy a lajstromozott védjegy jogosultja nem tilthatja meg harmadik személyekkel szemben, hogy a védjegyhez hasonló megjelölést összehasonlító reklámban olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használjanak, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, vagy azokhoz hasonlóak, abban az esetben, ha e használat a vásárlóközönség tudatában nem idéz elő összetéveszthetőséget, és ez attól függetlenül fennáll, hogy az említett összehasonlító reklám megfelel-e a 97/55 irányelvvel módosított 84/450 irányelv 3a. cikkében felsorolt valamennyi megengedhetőségi feltételnek.

Aláírások