

Strihó Krisztina: A merchandising szerződés jogrendszeren belüli helye, jogforrási háttere

Debreceni Jogi Műhely, 2011. évi (VIII. évfolyam) 2. szám (2011. április) 45-50.

A merchandising szerződés normatív környezetének, jogi vonatkozásainak feltérképezését indokolja a kontraktus gazdasági jelentősége és széles körben való elterjedése, kiterjedt alkalmazása. Alapvető célunk a merchandising szerződés megkötésével keletkező jogviszonyra, továbbá az esetleges jogvitákra alkalmazandó joganyag megjelölése.

A merchandising szerződés jogrendszerbeli helyének meghatározásakor bizonyos szempontból könnyű helyzetben vagyunk, hiszen csak fogalmi szinten található meg hazai jogszabályaink között, csekély normatív háttért körvonalazva. A nehézség viszont éppen abból a körülményből ered, hogy a merchandising szerződés vonatkozásában szinte egy jogilag légtüres térben kell vizsgálódnunk, rendezni a felek által nem szabályozott kérdéseket, továbbá az esetleges jogvitákat. „[...] a merchandising egészére vonatkozóan külön jogszabályi rendelkezés nem létezik, áttételesen azonban ez a tevékenység, az ilyen felhasználás több jogterületet is érint [...]”¹

A jogügyletet egyetlen helyen nevesíti a jogalkotó arculat-átviteli (piacépítési) elnevezés alatt,² a Sportról szóló 2004. évi I. törvényben (továbbiakban: St.), a kereskedelmi ügyletek körében, a létrejövő jogviszony részletszabályainak rendezésére azonban nem kerül sor. Az St-ben szereplő meghatározás annyiban speciális a nemzetközi definícióhoz képest, hogy a jogügylet egyik pozíciójában álló felhasználó/merchandise sportolóval, sportszövetséggel, sportvállalkozással vagy sportköztestülettel állapodik meg. A kontraktus közvetett tárgya szűkebb, hiszen csak sporttevékenységhez kötődő lehet, valamint az alanyi kör (a jogosulti kör) is szűkebb az általános fogalomhoz képest.

A merchandising szerződés definíciója jogszabályhelyének megválasztása háttérben vélhetően a jogintézmény gyakorlati megjelenésének egyik fő területe állhat. A cégek gyakran sportolók nevével támogatva jelennek meg a piacon, felhasználva az adott személyhez, illetve sporttevékenységhez kapcsolódó hírnevet, többletbizalmat.

Sajátos területet ölel fel a merchandising szerződés másik megjelenési helye, a szerzői jog is,³ amelynek a hatálya alá tartozó kontraktusok jogosulti köréből a szerzőt emeli ki a jogalkotó.

A merchandising szerződés közvetett tárgya azonban nem csak szerzői mű vagy ahhoz kapcsolódó jellegzetes egyedi dolog vagy sportolóhoz, sportszervezethez kötődő lehet, hanem a felek megállapodásától függően szinte bármi, ami alkalmas a merchandising funkciójának betöltésére. Amennyiben a felhasználási magatartás valamely közismert élő vagy fiktív személy személyhez fűződő jogaihoz kapcsolódó dologra (név, hang, képmás) irányul, a Ptk. vonatkozó rendelkezésit⁴ kell alkalmazni az adott jogviszonyra. Az arculat-átviteli szerződés közvetett tárgyaként meghatározható védjegy (ennek egy sajátos esete valósul meg, ha az építészeti alkotásokról készült fénykép, jel, ábra kerül felhasználásra)⁵ is, ebben az esetben a védjegyek és földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény (a továbbiakban: Vft.) az irányadó az adott szerződésre.

A jogviszony sajátosságaiból eredően (a merchandising szerződés realizálódása tipikusan reklámjogviszony keretében történik, hiszen a megszólítani kívánt fogyasztókhoz az üzenetet általában reklám formájában juttatják el a cégek, vállalkozások, jelen esetben a felhasználó) irányadó lehet a reklámtevékenységről szóló törvény is (2008. évi XLVII. törvény, a továbbiakban: Grtv.), továbbá a Médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény rendelkezései.

A forgalomban megjelenő jogalanyok, cégek kötelesek az általános és egyben alapvető követelményeknek megfelelő magatartást tanúsítani a tevékenysége révén közvetlenül vagy közvetve érintett felekkel szemben. A szakmai, gazdasági tevékenységi körükben eljáró vállalkozások⁶ által követendő eljárás jogszabályi szinten két vonatkozásban kerül rögzítésre. Egyrészt a piaci folyamatok alanyaként köteles a fogyasztókkal szemben tisztességes kereskedelmi gyakorlatot folytatni, e tekintetben irányadó a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvény [2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Fttv.)]. Másrészt a felek kizárólag a megengedett eszközöket, módszereket alkalmazhatják az értékesítés valamennyi fázisában, vagyis a cégek tevékenysége a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló törvény hatálya alá is tartozik [a felhasználó a tevékenysége során köteles tisztességes piaci magatartást tanúsítani a versenytársakkal szemben; 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.)].

Szubszidiárius jelleggel irányadó továbbá a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény (a továbbiakban: Ptk.) kötelmi általános része is.

A merchandising szerződéssel kapcsolatos normatív háttér némileg másképp alakul, ha a jogvédelmi rendszerét vizsgáljuk meg. A kontraktus jogosultja (a kereskedelmi hasznosításhoz hozzájáruló jogalany) számtalan jogintézmény segítségével léphet fel jogellenes felhasználás esetén. Különböző jogszabályokban rögzített – adott esetben egymást kiegészítő, esetleg egymás mellett alkalmazható, avagy egymástól független eszközök útján realizálható az igényérvényesítés. Az alkalmazott normahely kiválasztását befolyásolja az arculat-átviteli szerződés közvetett tárgya, e szempont alapján ismertetjük a lehetséges rendelkezések körét:

- a) Amennyiben valamely ismert és kedvelt személy (esetleg valamely szerző) neve, képmása, hangja kerül felhasználásra, a Polgári Törvénykönyv 75. §-ából kiindulva peres úton történik az igényérvényesítés a személyhez fűződő jogok körében (feltéve, hogy van jogsértés), figyelemmel a 84. §-ban deklarált polgári jogi igényekre⁷. Jelen szakaszok alkalmazásának előnye a szabályozás generális jellegében rejlik.
- b) A Ptk. értelmében a szellemi alkotások is jogi védelemben részesülnek,⁸ az alkotás fajtájától függően speciális jogszabályi rendelkezésekkel kiegészítve, amelyek közül két területet emelünk ki az előfordulásuk gyakorisága miatt: a védjegyet és a szerzői jog⁹ hatálya alá tartozó tárgyakat. Sajátos esetről beszélhetünk, ha a felhasználás közvetett tárgya valamely híres és kedvelt kereskedelmi név. Az alapvetően az iparjogvédelmi alkotások területére tartozó elem jogi oltalom alatt állhat cégnévként [attól különválhat, ha például a cég neve és az üzlet vagy étterem (feltéve, hogy ezek üzleti jelzőként nem szerepelnek a cégnévben) megnevezése eltérő], vagy védjegyként, emellett azonban lehet oltalom alatt nem álló megjelölés is. A kereskedelmi név merchandising szerződés keretében történő hasznosítása esetén irányadó lehet a Ptk., a Vft. és a Ctv. is.

ba) Ha a merchandising szerződés közvetett tárgya eleget tesz a jogalkotó által előírt követelményeknek, érdemes azt védjegyként bejegyeztetni¹⁰ az esetleges visszaélésekkel szembeni jogi védelem biztosítása¹¹ érdekében. Az oltalom megszerzése egyetlen hátránnyal jár: kizárólag a bejelentett áruosztályhoz kötötten használható fel. Összességében elmondhatjuk azonban, hogy ismertetett sajátosságai alapján „a védjegyoltalom a legalkalmasabb a hatékony jogvédelem biztosítására.”¹² A védjegyjogosult számtalan polgári jogi igényt¹³ érvényesíthet a bitorlóval szemben elsődlegesen polgári peres bíróság előtt, védjegyperekben kizárólagos illetékessége van a Fővárosi Bíróságnak.¹⁴

bb) Ha a felhasználó szerzői művet, vagy annak egy jellegzetes részét, avagy már hasznosított szerzői művet (például a Vuk-ügy¹⁵) használja fel értékesítési tevékenysége során, akkor az Szjt. értelmében szerzői jogi oltalomban részesül, amely alapján a szerző bírósági úton érvényesítheti a jogosulatlan kereskedelmi hasznosítás miatti igényét. A szerzői jog megsértésének következményeiről a jogalkotó rendelkezik a Szerzői jogról szóló törvényben¹⁶. A szerzői jogi jogviták rendezésében egyéb szervezetek is közreműködhetnek¹⁷, így a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala mellett működő Szerzői Jogi Szakértő Testület a felmerülő szakkérdésekben alakítja ki szakmai álláspontját,¹⁸ valamint a szervezetén belül tevékenykedő Egyeztető Testületet is felkérhetik a felek.¹⁹

- c) A sporttevékenységgel összefüggő merchandising szerződések vonatkozásában a polgári peres bíróságon kívül a felek rendelkezésére áll egy sajátos fórum is, a Sport Állandó Választottbíróóság.²⁰

A felhasználó az eddigieken túl további, két alanyi kör tekintetében is elkövethet jogsértést a szerződéssel összefüggésben: a versenytársak (Tpvt. hatályos verziója szerinti üzletfelek²¹) és a fogyasztókkal²² szemben.

- d) A gazdasági életben fellépő jogalanyok kötelesek a „fair play” szabályának megfelelően kifejteni tevékenységüket, a Tpvt. által nevesített tényállások közül a tisztességtelen verseny tilalma²³ és az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma²⁴ bír relevanciával. A verseny tisztaságát veszélyeztető magatartások kivizsgálását a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe utalta a jogalkotó.²⁵
- e) Ez utóbbi aspektus megjelenik a fogyasztóvédelmi jogban is, hiszen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvény tiltja a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását,²⁶ különösen a fogyasztóval szembeni megtévesztő és agresszív magatartást.²⁷ Az Fttv. hatálya alá tartozó jogsértések esetén főszabály szerint a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (továbbiakban: NFH) jár el,²⁸ kivéve két esetkört: ha az érintett kereskedelmi gyakorlat a vállalkozás olyan tevékenységével függ össze, amely a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (továbbiakban: PSZÁF) felügyelete alá tartozik (hitelintézeti vagy pénzügyi tevékenység), ilyenkor a PSZÁF jár el.²⁹ A másik kivétel esetén a Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) vizsgálja ki a magatartást, amennyiben a kereskedelmi gyakorlat alkalmas a gazdasági verseny érdemi befolyásolására.³⁰
- f) Mivel a másodlagos felhasználás tipikusan reklámjogviszony keretében valósul meg, a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló törvény rendelkezései³¹ is kiterjednek erre a jogintézményre. A Grtv-ben foglaltak megsértése esetén az adott magatartástól függően több hatóság hatásköre és illetékessége állapítható meg. A gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó szabályok megsértése esetén főszabály szerint a PSZÁF vagy az NFH jár el,³² a vállalkozás által folytatott magatartástól függően. A megtévesztő és az összehasonlító reklámokkal összefüggő magatartásokat, valamint e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző magatartási kódexek esetén³³ a GVH, illetőleg a bíróság járhat el. Végül az elektronikus hírközlés útján magvalósuló reklámmal összefüggő jogsértések kivizsgálására a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) hivatott.³⁴

A merchandising szerződéssel összefüggésben alkalmazandó jogszabályok körét táblázatban foglaltuk össze, amelynek összeállításakor egy meghatározó szempontot vettünk alapul, a kontraktus közvetett tárgyát.

A merchandising szerződés normatív háttere

| Szempont | Közvetett tárgy | Jogszabályhely | Eljáró szerv |
|---|---|--|---|
| Fogalom helye | sportoló neve, képmása sportszervezet, -szövetség,-köztestület neve, jelvénye sporttevékenységgel összefüggő más eszmei javak | Sporttv.35. § (3) bek. | Sport Választottbíróóság |
| | szerzői mű, annak egy része, a műben szereplő jellegzetes és eredeti alak | Szjt. 16. § (3) bek. (+SZJSZT 13/2003. számú szakvélemény; Ad 1. pont 1.4. alpont) | polgári peres bíróság SZJSZT |
| Igényérvényesítés jogellenes felhasználás esetén | személyhez fűződő joggal összefüggésben (név, képmás, hangfelvétel) | Ptk. 75. § + Ptk. 84. § | polgári peres bíróság |
| | Szellemi alkotás <ul style="list-style-type: none"> • védjegy • szerzői mű, ... | Ptk. 86. § (generális) +Védjegytv.V. fejezet +Szjt. XIII. fejezet | polgári peres bíróság polgári peres bíróság polgári peres bíróság SZJSZT |
| | bármely tárgy esetén | Tpvt. II.-III. fejezet Fttv. Grtv. Ptk. | GVH NFH, PSZÁF, GVH PSZÁF, GVH, NMHH, NFH polgári peres bíróság |

A szabályozás kérdésével az AIPPI is foglalkozott³⁵ például az 1995-ben tartott kongresszusán (Montreal). Alapelvi szinten rögzítésre került a jogintézmény rendezésének szükségessége, indoklása, a legfontosabb gyakorlati tapasztalatok kíséretében. Az AIPPI álláspontja szerint a gazdasági életben növekvő ütemben alkalmazzák az arculat-átviteli szerződést, amelynek négy alkalmazási körét határolja el, így

- az alak/figura/karakter merchandising-ot (character merchandising/Merchandising von Figuren);
- a személy(iség) merchandising-ot (personality merchandising/Persönlichkeit);
- esemény merchandising-ot (event merchandising/Ereignissen);

- márkanamek területét (brand merchandising/Markennamen).

Külön kiemelésre kerül a vizsgált jogintézmény funkciója: termékértékesítés, szolgáltatás nyújtás népszerűsítésére alkalmazzák, például egy ismert karakter nevét, képmását (valódi vagy fiktív személy), sporteseményekhez kötődő sajátosságokat, irodalmi és művészeti munkákat, alkotásokat, azok címeit vagy más egyedi elemeit.

Az arculat-átviteli szerződés vonatkozásában megfigyelhető, hogy a gazdasági-kereskedelmi szféra sokkal gyorsabban változik, fejlődik, mint az irányadó jogi szabályozás. Sok esetben már az alkalmazandó rendelkezések kiválasztása is komoly feladat elé állít bennünket, ez a jelenség pedig végső soron a megfelelő jogi védelem hiányával jár együtt. Az AIPPI keretein belül tartott szakmai tanácskozáson arra jutottak, hogy nem célszerű külön törvényt elfogadni, hanem a szerződés közvetett tárgyához igazodóan kell minden egyes konkrét esetben kiválasztani a speciális szintű jogszabályt, tehát követendő a már meglévő szabályozás, továbbá minden esetben irányadó a tisztességtelen versenyre vonatkozó norma. Az előbbi javaslatnak megfelelően a védjegyre, a szerzői műre, a személyiségre vonatkozó/személyhez fűződő jogokra és a reklámozásra alkalmazandó szakaszokat kell különböző jogtechnikai eszközök segítségével értelmezni, szükség esetén módosítani. A társadalmi és a gazdasági igényeknek megfelelő norma megalkotása, a merchandising szerződés jogrendszerbeli helyének tisztázása egyelőre még várat magára.

A hazai jogalkotási mechanizmus nem követi megfelelő ütemben a nemzetközi tendenciát, ahol már viszonylag terjedelmes, részletszabályokra is kiterjedő elképzelések vannak (AIPPI, WIPO).

Egyedi igény, ügylet esetén (a jogügylet ritkább előfordulásakor) elegendő lenne az önszabályozó megállapodás kötése, az esetlegesen nem rendezett kérdések vonatkozásában a Ptk. kötelmi általános részének szubszidiárius alkalmazásával, azonban a jogügylettel összefüggésben felmerülő pénzügyi mozgások mértéke és gazdasági események gyakorisága miatt jogszabályi rendezést igényelnek e jogviszonyok.

¹ Csécsy György: A merchandising, mint sajátos gazdasági és jogi jelenség. In: Sárközy Tamás ünnepi kötet, HVG-ORAC, Bp., 2006., 67.

² 35. § (3) bek.

³ Szjt. 16. § (3) bek., Szerzői Jogi Szakértő Testület 13/2003. számú szakvélemény

⁴ IV. cím VII. fejezet

⁵ Bakos Kitti - Nótári Tamás: Szellemi tulajdon – építészeti alkotások (megjelenés alatt, Szeged, Lectum Kiadó, 2011.)

⁶ Megjegyezzük, hogy a vállalkozások kapcsán a Gazdasági társaságokról szóló 2006. évi IV. törvény és a cégnyilvánosságról, a bírósági cégeljárásról és a végelszámolásról szóló 2006. évi V. törvény (a továbbiakban: Ctv.) rendelkezései is irányadóak lehetnek.

⁷ Követelheti a jogsértés megtörténtének bírósági megállapítását; követelheti a jogsértés abbahagyását és a jogsértő eltiltását a további jogsértéstől; követelheti, hogy a jogsértő nyilatkozzon a jogsértésről vagy más megfelelő módon adjon elégtételt, és hogy szükség esetén a jogsértő részéről vagy költségén az elégtételnek megfelelő nyilvánosságot biztosítsanak; követelheti a sérelmes helyzet megszüntetését, a jogsértést megelőző állapot helyreállítását a jogsértő részéről vagy költségén, továbbá a jogsértéssel előállott dolog megsemmisítését, illetőleg jogsértő mivoltától megfosztását; kártérítést követelhet a polgári jogi felelősség szabályai szerint.

⁸ 86. §

⁹ A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (a továbbiakban: Szjt.).

¹⁰ Minden grafikailag ábrázolható megjelölés védjegyként történő minősítése kérhető, ha az alkalmas áruk, szolgáltatások vonatkozásában a megkülönböztető funkció betöltésére és nem áll fenn kizáró ok [Vft. 1. § (1)

bek.]. Példálózó felsorolás formájában kiemel néhány tipikus megjelölést, nevezetesen: szó, szóösszetétel, betű, szám, ábra, kép, sík- vagy térbeli alakzat (csomagolást is ideértve), szín, hang vagy ezek összetétele, kombinációja [1. § (2) bek.].

¹¹ A védjegybitorlásnak minősülő magatartás feltételeit és a megvalósulása esetére irányadó eljárási szabályokat a Védjegy törvény V. fejezete tartalmazza.

¹² Tattay Levente: A szellemi alkotások joga. Szent István Társulat, Budapest, 2001. 279.

¹³ Követelheti a védjegybitorlás megtörténtének bírósági megállapítását; követelheti a védjegybitorlás vagy az azzal közvetlenül fenyegető cselekmények abbahagyását és a bitorló eltiltását a további jogsértéstől; követelheti, hogy a bitorló szolgáltatson adatot a bitorlással érintett áruk, illetve szolgáltatások előállításában, forgalmazásában, illetve teljesítésében résztvevőkről, valamint az ilyen áruk terjesztésére kialakított üzleti kapcsolatokról; követelheti, hogy a bitorló nyilatkozzon a további megfelelő módon adjon elégtételt, és hogy szükség esetén a bitorló részéről vagy költségén az elégtételnek megfelelő nyilvánosságot biztosítsanak; követelheti a védjegybitorlással elért gazdagodás visszatérítését; követelheti a kizárólag vagy elsősorban a védjegybitorlásra használt eszközök és anyagok, valamint a védjegybitorlással érintett áruk, illetve csomagolóanyagok lefoglalását, meghatározott személynek történő átadását, kereskedelmi forgalomból való visszahívását, onnan való végleges kivonását, illetve megsemmisítését [27. § (2) bek.]. Továbbá kártérítést is követelhet a jogosult a Ptk. általános felelősségi szabálya alapján [Vft. 27. § (3) bek.].

¹⁴ Vft. 95. § (1) bek.

¹⁵ BH 1986. 363.

¹⁶ A XIII. fejezet tartalmazza az irányadó rendelkezéseket, amelyek között a polgári jogi következményeket emeljük ki a dolgozat civiljogi megközelítése miatt. A hivatkozott szakasz értelmében a szerző a jogsértővel szemben követelheti a jogsértés megtörténtének bírósági megállapítását; követelheti a jogsértés vagy az azzal közvetlenül fenyegető cselekmények abbahagyását és a jogsértő eltiltását a további jogsértéstől; követelheti, hogy a jogsértő - nyilatkozzon a további megfelelő módon - adjon elégtételt, és hogy szükség esetén a jogsértő részéről és költségén az elégtételnek megfelelő nyilvánosságot biztosítsanak; követelheti, hogy a jogsértő szolgáltatson adatot a jogsértéssel érintett dolgok vagy szolgáltatások előállításában, forgalmazásában, illetve teljesítésében résztvevőkről, a jogsértő felhasználásra kialakított üzleti kapcsolatokról; követelheti a jogsértéssel elért gazdagodás visszatérítését; követelheti a sérelmes helyzet megszüntetését, a jogsértést megelőző állapot helyreállítását, továbbá a kizárólag vagy elsősorban a jogsértéshez használt eszközök és anyagok, valamint a jogsértéssel előállított dolgok lefoglalását, meghatározott személynek történő átadását, kereskedelmi forgalomból való visszahívását, onnan való végleges kivonását, illetve megsemmisítését [Szjt. 94. § (1) bek.], továbbá a polgári jogi általános felelősségi szabályok alapján kártérítést [94. § (2) bek.].

¹⁷ Szjt. XV. fejezet

¹⁸ Szjt. 101. § (1)

¹⁹ Szjt. 102. (1) bek. és 103. § (2) bek.

²⁰ St. 47. § (1) bek.

²¹ Minden olyan személy, aki/ami nem minősül fogyasztónak az Fttv. (2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról, a továbbiakban Fttv.) alapján [Tpvt. 2/A. § (2) bekezdés].

²² Fogyasztónak tekintendő az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy [Fttv. 2. § a) pont]. A gazdasági-szakmai tevékenységi körén kívül ügyletet kötő egyéb jogalanyokat a jogalkotó kizárja a laikusként megjelenő fogyasztókat megillető védelemből.

²³ Néhány tipikus élethelyzet kiemelésével kerül meghatározásra a tisztességtelen gazdasági tevékenység, nevezetesen a versenytársak, üzletfelek, a fogyasztók törvényes érdekeit sértő vagy veszélyeztető módon vagy az üzleti tisztesség követelményeibe ütközően folytatott magatartás (Tpvt. III. fejezet).

²⁴ Tilos az üzletfeleket megtéveszteni (Tpvt. III. fejezet).

²⁵ Tpvt. 43/G. §

²⁶ Fttv. 3. §

²⁷ Fttv. 3. § (3) bek.

²⁸ Fttv. 10. § (1) bek.

²⁹ Fttv. 10. § (2) bek.

³⁰ Fttv. 10. § (3) bek.

³² Grtv. 24. § (1) bek.

³³ Grtv. 24. § (2) bek.

³⁴ Grtv. 24. § (4) bek.

³⁵ A merchandising szerződés jogi aspektusairól szóló leirat, 129. számú kérdés (1995.).