

Újra a védjegyekről

A „számítógép” szót nem alkalmazhatjuk az általunk árult számítógép védjegyével.

A védett nevek tartalmazhatnak olyan mellékneveket, mint „szuper”, „extra”, „tökéletes”, de ezek csekély értékkel bírnak.

Az ember egyaránt vehet Cadillac autót és Cadillac kutyaeledelt is.

A védjegy kiválasztása olyan a művelet, amelyet legjobb egy erre szakosodott jogász segítségével végrehajtani.

A jó védjegy kiválasztása csakúgy, mint a jó boré is, hozzáértést és körültekintést igényel. A megérzésre és a józan észre hagyatkozva gyakran születnek hatástalan védjegyek, éppen úgy, ahogyan a találmányra kiválasztott bor is könnyen eredményezhet rosszlemkű vacsorát. Egyes marketingszakemberek, akik pedig igazán lehetnének tájékozottabbak is, termékeik számára jogilag hatástalan védjegyeket javasolnak. Erről természetesen nem árulhatok el túl sok részletet, ezért inkább költött példákkal szemléltetem azokat a rosszul megválasztott védjegyeket, amelyekkel találkoztam. Nem választhatunk termékünket vagy szolgáltatásunkat megnevező védjeggyül például köznevet. Ez a szabály megakadályozza, hogy valaki magántulajdonná tegyen bármely hétköznapi szót, vagyis a *számítógép* szót nem alkalmazhatjuk az általunk árult számítógép védjegyéül.

Nem használhatjuk az írott vagy beszélt nyelv furfangjait sem ennek megkerülésére: például nem jegyezhető be a *Le Autó* mint a legújabb autótípus megnevezése. Attól, hogy egy védjegyet idegen csengésűvé teszünk, még nem lesz több általánosan használt köznév.

Nem hozhatunk létre védjegyet a termék nyilvánvaló szolgáltatásainak egyedi módú leírásával sem. A *TelefonCsengő*-t nem jegyeztethetnénk be egy olyan termék nevéként, amely a bejövő telefonhívás esetén hangot ad. Továbbá nem téveszthetjük meg a vásárlókat azzal, hogy szándékosan félrevezető leírást adunk. A *Nyílt Forráskód* nem alkalmazható egy kereskedelmi, zárt forrású operációs rendszer megnevezésére. Az olyan védjegyek, amelyek „pusztán leíró jellegűek vagy félrevezető leírást adnak” tehát nem jegyezhetők be (15 U.S.C. §1052(e)). Egy másik gyakori hiba, amikor némelyek a versenytársak védjegyeinek ismertségét próbálják kihasználni (egy új pizzázót *MacPizzá*-nak vagy egy mikroprocesszort *Pentalium*-nak nevezve), hogy a piac azonnal felfigyeljen a termékre. Ezeket a védjegyeket valószínűleg megtámadnák, mivel jó eséllyel „félreértést okoznak vagy tévedéshez vezetnek, vagy megtévesztőek” a termék eredetének vonatkozásában (15 U.S.C. §1052(d)).

A védett nevek tartalmazhatnak olyan mellékneveket, mint *szuper*, *extra*, *tökéletes*, de ezek csekély értékkel bírnak. Az ilyen kifejezések annyira elkoptatottak, hogy már nem alkalmasak termékek vagy szolgáltatások megkülönböztetésére. Ezenkívül úgy sem hozhatunk létre saját védjegyet, hogy a fenti melléknevek bármelyikét valaki más védjegyéhez fűzzük hozzá.

Védjegyünket vagy szolgáltatásnevünket meg kell óvni attól, hogy a termékünket vagy a szolgáltatásunkat jelentő köznévvé váljanak. Ezért próbálja például a Xerox szorgosan megelőzni, hogy az emberek azt mondják: „készíték egy xeroxot erről” ahelyett, hogy „Xerox-másolatot” mondanának. A védjegy általános értelművé válását megakadályozandó mindig

használjuk melléknévként, sohasem főnévként.

A védjegy nem létezik elszigetelten, mindig meghatározott termékekkel vagy szolgáltatásokkal összefüggésben használatos, hogy ezen termékek és szolgáltatások eredetét vagy származását jelezze. Éppen ezért ugyanazt a szót több cég is használhatja védjegyként, mindaddig, amíg a termékek vagy szolgáltatások különböznek. Az ember egyaránt vehet Cadillac autót és Cadillac kutyaeledelt, és nem fordul elő az a félreértés, hogy egy vásárló az egyik terméket keresi, így véletlenül a másikat veszi meg.

A védjegyekkel foglalkozó jogászok a lehetséges védjegyeket osztályokba sorolják, és növekvő sorrendbe állítják őket aszerint, hogy mennyire alkalmasak védjegynek, illetve milyen mértékű védelmet jelentenek. Ezek az osztályok a következők:

- **Leíró** – bizonyos nevek leírják a terméket, megnevezik a tulajdonost vagy a termék származási helyét. Közvetlen benyomást szolgáltatnak az áru összetevőiről, minőségéről vagy jellemzőiről. Az általános köznevek és a leíró jellegű nevek közötti különbséget világítja meg a *Deep Bowl Spoon* példája: *A „Deep Bowl” kifejezés a tárgy egy lényeges tulajdonságát rögzíti. Puszán leírja a terméket, mert tájékoztat róla, hogy annak mély (deep) a fejrésze (bowl). Mindazonáltal nem a tárgyat megnevező „általánosan használt köznév”, mivel az eszköz nem egy mély tál (deep bowl), hanem egy kanál. A „Kanál (Spoon)” szó nem pusztán leírása a tárgynak – azonosítja a tárgyat –, így tehát a kifejezés köznév. (Fletcher, „A leíró védjegyek megtámadhatatlanságával kapcsolatol félreértés”, 64 Trademark Rep. 252, 260 (1974).)*
- **Érzékletes** – egy név akkor érzékletes, ha képzelőerő, gondolatársítás és az érzékelés segítségével következtethetünk belőle az áru természetére, például *Orange Crush*, *Cuisinart* és *London Fog*.
- **Tetszőleges** – amikor egy köznevet szokatlan módon használnak, például ilyen az *Apple*, az *Apache* és a *Python*. A tetszőlegesen kiválasztott megnevezésekből gyakran lesznek sikeres védjegyek, mert jobb eséllyel nyerik meg a vásárlók tetszését és könnyebben is jegyzik meg őket.
- **Kitalált** – olyan szavak, amelyeket kizárólag azért hoznak létre, hogy védjegyként szolgáljanak; ilyen például az *Altoids* vagy a *Kodak*. A kitalált kifejezések kiválóan alkalmasak védjegynek, hiszen nem lehet őket valódi szavakkal összetéveszteni.



Lawrence Rosen (www.rosenlav.com) magánygyakorlatot folytató jogász a kaliforniai Redwood Cityben. A Nyílt Forrás Kezdeményezés (Open Source Initiative) ügyvezető igazgatója és jogtanácsosa (www.opensource.org).