



NEMZETI
KÖZSZOLGÁLATI
EGYETEM
LUDOVICA

ÁLLAMTUDOMÁNYI ÉS NEMZETKÖZI
TANULMÁNYOK KAR
CIVILISZTIKAI TANSZÉK

OPUSCULA CIVILIA

Sándor Médea Lola:

***Fenntartható, vagy fenntartás? – Szellemi
tulajdonjogi és fenntarthatósági
stratégiák elemzése a divatipari vállalatok
gyakorlatában
2025/4.***

Fenntartható, vagy fenntartás? – Szellemi tulajdonjogi és fenntarthatósági stratégiák elemzése a divatipari vállalatok gyakorlatában

„A fenntartható fejlődés az út a mindenki számára kívánt jövőhöz. Keretet kínál a gazdasági növekedés megteremtéséhez, a társadalmi igazságosság megvalósításához, a környezetvédelem gyakorlásához és a kormányzás megerősítéséhez.” Ban Ki-Moon

I. Bevezetés

A fenntartható fejlődés a társadalom életének szerves részévé, annak kikerülhetetlen elemévé vált. A társadalom tagjai igyekeznek minél fenntarthatóbban, környezettudatosabban élni az életüket, amely a mindennapi tevékenységek tekintetében körvonalazódik: tudatosabb nagybevásárlások, szelektív hulladékgyűjtés, vagy akár személygépjármű helyett közösségi közlekedéssel járnak dolgozni. A fenntartható fejlődés elérése napjaink társadalmi, gazdasági és globális kihívása, amelyet minden szektorban szem előtt tartanak a társadalom szereplői, mindehhez pedig elengedhetetlen a szubszidiaritás előtérbe helyezése. Ez mindamellett, hogy felöleli a feladatok és kapcsolódó hatáskörök megfelelő és hatékony megosztását, magával húzza a különböző szervezeti rendszerek, így a gazdasági vállalkozások bevonását is. A vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) kulcsfontosságú a fenntartható fejlődési célok elérésében, hiszen a vállalatok azok, akik a társadalmi pillér alapjaként, úgynevezett „véleményvezérként” szükséges, hogy felelősségteljesen viselkedjenek a különböző társadalmi csoportokkal szemben, mivel a viselkedésüknek a fenntarthatóság területén is jelentős, a társadalomra gyakorolt pozitív, vagy éppen negatív hatása lehet, legyen szó az alkalmazottairól vagy akár a fogyasztókról.²

Kiemelkedő a társadalmi pillérben a fogyasztók központi szerepe, ugyanis a tudatosabb vásárlók már sokkal inkább olyan termékeket keresnek a piacon, amelyek megfelelnek a fenntarthatósági elveknek. A fogyasztók egyre tudatosabb döntéssorozatai a vállalatok tekintetében egyértelmű jelzés arra, hogy a vállalati társadalmi felelősségvállalás továbbra is kritikus pontja egy vállalkozás hosszú távú sikerének, ugyanis a vállalati kommunikációban tökéletesen megmutatható a fogyasztók számára az, hogy az adott vállalat felelősséget vállal a termékeinek, illetve gyártási technológiáinak a társadalomra gyakorolt hatásáért, beleértve a fenntarthatóságot, az etikus munkaügyi gyakorlatokat, vagy akár az általános társadalmi, közösségi szerepvállalást.

A vállalkozások társadalmi felelősségvállalása leginkább olyan szektorokban jelentkezik meghatározó jelenségként, amely kevésbé fenntarthatónak minősül, például a divatiparban, ezen belül is a ruházati termékek gyártása tekintetében. Becslések szerint 2030-ra 1,24 milliárd tonna szén-dioxid keletkezhet a ruházati termékek gyártása során abban az esetben, ha nem történik jelentős változás az iparág működésében.³ Ha továbbra is ilyen ütemben, a világranglistán a második legszennyezőbb iparág pozícióját elfoglalva halad tovább a ruhaipar ezen az úton, akkor hamar problémába ütközhet a társadalom a fenntartható fejlődés elérését illetően.

Ennél a pontnál már nem kerülhető meg az a dilemma, hogy a jog, ezen belül is a szellemi tulajdonjog miképpen reagál erre a jelenségre, illetve megfelelően kezeli-e a ruhaiparban felmerülő, már-már sürgetőnek mondható problémát, amely egyértelműen magába foglalja a

¹ Egyetemi tanársegéd, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Üzleti Jog Tanszék.

² *Vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR)*. Online: <https://shorturl.at/jcmUN>

³ Statista Research Department (2024): *Sustainable fashion worldwide: statistics & facts*. Online: <https://shorturl.at/JaAjZ>

kevésbé fenntartható vállalati gyakorlatokat is. A vállalatok gyakorlata tekintetében fontos tisztázni a fenntartható fejlődés és a szellemi tulajdonvédelem kapcsolatát, illetve ezek jelentőségét a divatipari vállalatok gyakorlatában: így szükséges annak a kérdéskörnek a vizsgálata, hogy a ruhaipari vállalatok megfelelően képesek-e alkalmazni a szellemi tulajdonvédelem és a fenntartható fejlődés tekintetében rendelkezésre álló jogi eszközöket, emellett vizsgálat tárgyává szükséges tenni az ezen stratégiák gyakorlati alkalmazásából eredő jogi és fenntarthatósági következményeinek feltárását is. Továbbá a tanulmány rövid, de átfogó képet kíván nyújtani a szellemi tulajdonjogok és a fenntarthatóság kapcsolatáról és szerepéről az innováció ösztönzésében, illetve növelésében, különös figyelmet fordítva a kutatás és fejlesztés (a továbbiakban: K+F), a gyártási technológiák és védjegyek, valamint a technológia transzfer fontosságára.

II. A fenntartható fejlődés és a szellemi tulajdonvédelem találkozási pontjai a vállalatok társadalmi felelősségvállalásán keresztül

A fenntartható fejlődés definícióját többféleképpen próbálták meghatározni, amelyhez alapul vehetők voltak a nemzetközi jogforrásokból, illetve a társadalom- és természettudományból eredő meghatározások is, amely napjainkra már egy nagyon sokszínű, tudományos diszciplínákon, különböző tudományterületeken átívelő fogalomná vált, úgy, hogy minden egyes tudományterület a saját fogalomkészletével próbálja jellemezni, illetve leírni a fenntartható fejlődés fogalmát.⁴ A fenntarthatóság fogalma alapvetően három egymással összefüggő dimenzióra épül, amelyek együttesen járulnak hozzá a fenntarthatóbb jövőhöz, így ezek a környezeti, a gazdasági, illetve a társadalmi fenntarthatóság.⁵ Álláspontom szerint, a vállalatok kontextusában a társadalmi felelősségvállalás jogintézménye sokkal inkább a gazdasági fenntarthatóság tekintetében értelmezhető, hiszen a társadalmi fenntarthatóság a gazdasági termelés meghatározott ütemének környezeti szempontból történő fenntartását jelenti. Ez magában foglalja olyan erős gazdasági struktúrák létrehozását, amelyek képesek támogatni a társadalom életét, köztük a munkavállalás, a gyártási technológiák, illetve a végtermékek fenntartható szempontú feltételeinek megteremtésével, mindezt úgy, hogy a társadalom jóléte növekedjen, anélkül, hogy az erőforrásokat, illetve a fenntarthatóságot veszélyeztetnék.⁶

A vállalati társadalmi felelősségvállalás önmagában is egy komplex fogalom, amely a társadalmi, az ökológiai és az ökonómiai szempontból felelősségteljes vállalatirányítást foglalja magában, így jól kirajzolódik a fenntartható fejlődéssel való kapcsolata is. Ahhoz, hogy a jövő generációi számára biztosítsák a megfelelő életet, elengedhetetlen a vállalati szférának a társadalmi szintű felelősségvállalása, amelybe többek között beletartozik a vállalati fenntarthatósági jelentések készítése és a transzparencia folyamatos fejlesztése.⁷ Példának okáért, a magyar jogrendszer a belső piaci szolgáltatásokról szóló irányelv⁸ átültetésével olyan törvényt dolgozott ki, amely kimondottan az egységes vállalati felelősségvállalás ösztönzését

⁴ KESERŐ Barna Arnold (2024): *A fenntartható fejlődés hatása a szellemi tulajdonvédelem rendszerére*. Budapest: Akadémia Kiadó. 12.

⁵ KUMAR, J.Suresh –SHOBANA, D. Dr. (2024): Green Technologies and Sustainable Development: Opportunities and Challenges for Technology Transfer. *International Journal of Advances in Engineering Architecture Science and Technology*, Vol(2), Is(5), 156-157. Online: <https://doi-ds.org/doi/10.24127/IJAEAST.2024.05.0003>

⁶ SUNNY, Md Tanweer Alam (2024): The Role of Intellectual Property in Achieving Global Sustainability Goals. India: *Bluerose Publishers*, 159-160. Online: <https://shorturl.at/BIRSB>

⁷ SZEGEDI Krisztina – MÉLYPATAKI Gábor (2016): A vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) és a jog kapcsolata. *Miskolci Jogi Szemle*, 11(1), 53-54. Online: <https://shorturl.at/GZP05>

⁸ Az Európai Parlament és a Tanács 2006/123/EK irányelve a belső piaci szolgáltatásokról

szolgálja fenntartható, társadalmi, illetve szociális szempontokat figyelembe véve, kötelezővé téve fenntarthatósági jelentések, illetve adatszolgáltatások készítését.⁹

Ennek eléréshez viszont szükség van arra, hogy a gazdasági élet minden szereplője részt vegyen ebben a társadalmi felelősségvállalásban, amely a legmagasabb szinten a technológia-transzferrel tudna megvalósulni, melyhez jól társul a szellemi tulajdonvédelem. Az átadásra kerülő technológiák vagy szellemi tulajdonjog, vagy know-how által védett innovációk, így a technológia-transzfer leginkább ennek átruházása, vagy akár licencszerződés útján, tehát hasznosításra irányuló szerződés szerint zajlik. Ahhoz, hogy a zöldebb, fenntarthatóbb technológiák átadása sikeres legyen, szoros és folyamatos együttműködés szükséges a feltaláló, illetve a jogosult harmadik személy között, többek között informális kutatásokon, illetve együttműködésekben keresztül, például kutatási szerződés keretében az új technológiák vagyoni jogainak átruházását követően maga a feltaláló is vegyen részt a kereskedelmi hasznosítás folyamatában, amely szintén növelheti a vállalat, mint jogosult piaci értékét. Véleményem szerint a feltaláló közvetlen részvétele a termék hasznosításában fontos kiindulópont a fenntarthatóság tekintetében, mivel a feltaláló a hasznosítás során felmerülő visszajelzésekre akár közvetlenül tud reagálni, amely egyrészt csökkentheti az erőforrások túlzott felhasználását, másrészt a termék gyorsabb és pontosabb fejlődésen mehet keresztül.¹⁰ Több tanulmány egyébként amellett érvel, hogy az erősebb szellemi tulajdonjog-védelem veszélyeztetheti a további innovációt és a tudás terjesztését, mivel a túlzott monopolhatások korlátozhatják az új ötletek és a tudás terjedését.¹¹

A globálisan elérni kívánt fenntarthatóság összefüggésében álláspontom szerint a szellemi tulajdonjogok az innováció és a gazdasági fejlődés előmozdításának alapvető eszközei lehetnek, viszont e tekintetben jelentős akadályok is felmerülhetnek. Ezen problémák forrása elsősorban az, hogy a vállalatoknak érdeke fűződik a védett technológiák, mint know-how védelméhez, viszont ez ellentétben állhat annak biztosításával, hogy az alapvető, áttörő, fenntarthatóbb technológiák azok számára is elérhetőek legyenek, akiknek a legnagyobb szükségük van ezen technológiákból eredő fejlődésre, különösen a fejlődő országokban, ahol a szellemi tulajdonjogok nagyon fontos gazdasági érdeket biztosítanak. Ugyanis azáltal, hogy a szellemi tulajdonjogok a jogosultak számára kizárólagos jogokat biztosítanak, amely gyakorlatilag monopóliumot eredményez, az adott technológia kevesek számára válik megfizethetővé, így az innováció is rendkívül erőforrásigényessé válhat. Addig, amíg nem válik szabadon hozzáférhetővé egy adott technológia, csak a megfelelő anyagi forrással rendelkező vállalatok juthatnak hozzá, így a fenntarthatóbb, zöld technológiák sokkal inkább elérhetetlenné válnak ezen vállalatoknak, illetve társadalmi rétegeknek. A fejlődő országok tehát csak a régebbi, sokszor elavult, illetve kevésbé környezettudatos technológiákat képesek adaptálni. Ezáltal két, ellentétes pólusú jelenség próbál egyensúlyt teremteni annak érdekében, hogy a fenntartható fejlődési célok minél magasabb szinten elérhetőek legyenek a technológia transzfer során. Éppen ezért a jogi szabályozásra nagy feladat hárul annak tekintetében, hogy a megfelelő egyensúly kialakításával a fejlett, illetve a fejlődő országok érdekei is érvényesülhessenek.¹²

A ruhaiparon belül megfigyelhető ez a fajta nyilvános technológia-transzfer is: Az Allbirds cipőmárka éppen 2025 februárjában adta ki limitált, 500 darabból álló „M0.0NSHOT” cipőmodelljét, amelyet teljes mértékben szén-dioxid kibocsátás-mentesen állítottak elő, így a

⁹ A fenntartható finanszírozás és az egységes társadalmi felelősségvállalás ösztönzését szolgáló környezettudatos, társadalmi és szociális szempontokat is figyelembe vevő, vállalati társadalmi felelősségvállalás szabályairól és azzal összefüggő egyéb törvények módosításáról szóló 2023. évi CVIII. törvény, Preambulum

¹⁰ DAHLBORG, Charlotta et al. (2016): To invent and let others innovate: a framework of academic patent transfer modes. *The Journal of Technology Transfer*, 42(3), 543. Online: <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9490-7>

¹¹ NEVES, Pedro Cunha et al. (2021): The link between intellectual property rights, innovation and growth: A meta-analysis. *Economic Modelling*, 97, 197. Online: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2021.01.019>

¹² KESERŰ (2024) i. m. 43-44.

karbonlábnyoma nulla. A koppenhágai Global Fashion Summiton került bemutatásra, a társalapító pedig felszólította a közönség soraiban ülő versenytársait, hogy a cipőből készítsék el saját verziójukat, melyhez egy „Recipe B0.0K” elnevezésű módszertani útmutatót is készített, amely most már bárki számára elérhető és letölthető a weboldalukról. A társalapító kihangsúlyozta, hogy itt mindannyian ugyanazon az oldalon állnak, ezért szükséges a technológiáinak a nyilvánossá tétele, hiszen mindez értelmetlenné válhat mások fellépése nélkül.¹³ Ebből a szempontból kiemelendő a Nike kezdeményezése, amely 2010-ben a Creative Commons és a Best Buy kollaborációjában 400 darab szerzői jogi művét helyezte Creative Commons licenc alá azért, hogy egyrészt az mások számára, jogdíj nélkül is elérhető legyen a fenntartható innováció ösztönzésére az iparágon belül, másrészt, hogy megvizsgálják, ez a fajta licenc hogyan segítheti akár a szabadalmakon alapuló együttműködést a fenntarthatóság érdekében.¹⁴

A technológia-transzferhez kapcsolódóan, érdemes megemlíteni az Agenda 21 akcióprogramot¹⁵ is, amelyben szorgalmazták a szabadalmi kényszerengedélyek kiadását a technológia-transzfer segítése, ezen belül is a zöld, fenntarthatóbb technológiákhoz való hozzáférés megkönnyítése érdekében, mind a fejlett, mind a fejletlen országok részére. A szabadalmi kényszerengedély lehetőséget biztosíthat országok kormányainak arra, hogy valamely szellemi tulajdonjog hasznosítására a jogosult engedélye nélkül adjanak engedélyt egy harmadik személynek, így globálisan, társadalmi szinten képesek segíteni a zöld technológiák átadását.¹⁶ Ez ugyan megghiúsítja a vállalatok önálló döntési jogkörét szabadalmaik tekintetében, és gyengítheti a szellemi tulajdonjogi portfóliójukat is a kérdésben, viszont fontos leszögezni, hogy a kényszerengedélyek alkalmazása mindig a legvégső esetben jöhetnek számításba akkor, ha az önkéntes megállapodások nem vezetnek eredményre a vállalatok és a kormányok között.¹⁷ Habár megfelelőnek tűnhet a kényszerengedélyek alkalmazása a probléma kezelésére, viszont álláspontom szerint nem feltétlenül lehet alkalmas eszköz, mivel a problémák nem a szabadalomhoz történő hozzáférés kérdésköréből, hanem alapvetően a vállalatok által alkalmazott, nem fenntartható gazdasági gyakorlatokból és üzleti modellekből fakadhatnak.

III. A fenntartható, „zöld” szellemi tulajdonjogok, mint a technológia-transzfer és az innováció alapja

A fenntartható fejlődés iránti növekvő érdeklődés és aggályok miatt a fenntartható fejlődési célok elérése, a környezetvédelem beépítése vezető trenddé vált a vállalati stratégiákban. Ennek oka lehet a vállalatokra nehezedő társadalmi nyomás a környezet védelmére vonatkozóan, amely ösztönözheti a vállalatokat arra, hogy a K+F-be történő kiadásaik egy részét inkább fenntartható, zöldebb innovációkba fordítsák. Így szükséges elemezni egyrészt azt a kérdést, hogy miképpen nyilvánul meg a társadalmi felelősségvállalás jogintézménye a vállalatok gyakorlatában, illetve mennyire alkalmazhatóak az általuk fejlesztett technológiák a fenntarthatóság elérésére, másrészt, hogy a vállalatok által történő szellemi tulajdonjogi eszközök alkalmazása miképpen tudja befolyásolni érdemben a fenntarthatóságot, illetve ennek

¹³ Allbirds Unveils Design of World's First Net Zero Carbon Shoe. Online: <https://shorturl.at/2wEKB>

¹⁴ Nike, Inc. FY14/15 Sustainable Business Report. Elérhető: <https://tinyurl.com/yfdscmx3>

¹⁵ Az Agenda 21 akcióprogram az Egyesült Nemzetek Szervezete által, 1992. június 3-14. között megrendezett, Rio de Janeiroban, Brazíliában tartott Föld Summit konferencia keretében alkotott, soft-law cselekvési terve a fenntartható fejlődéssel kapcsolatban.

¹⁶ MA, Ji (2022): Moving from the Brown Economy to the Green Economy: The Battle over International Intellectual Property. *Journal of World Investment & Trade*, Vol(23), 958-959. Online: <https://doi.org/10.1163/22119000-12340275>

¹⁷ LUKAC, Kim (2017): *Compulsory Licensing for Green Technology Transfer. Should green technology be subject to compulsory licensing to advance green technology transfer?* Master Thesis. Tilburg University. 33-34.

tekintetében a fenntartható innovációk, a zöld technológiák miképpen segítenek az innováció növelésében.

3.1. Szabadalmak a fenntarthatóságért

A World Intellectual Property Organization (a továbbiakban: WIPO) Patentscope adatbázisában jelenleg körülbelül 12 millió oldalon keresztül böngészhet bárki a szabadalmaztatott találmányok között. Az „eco”, vagy a „sustainable” kifejezésekre rákeresve viszont körülbelül 161 ezer oldalon érhetőek el a fenntarthatóság tekintetében bármilyen szempontból releváns szabadalmak, amely az adatbázis teljes állományának mindössze körülbelül az 1,3%-a, amely igen kevés, tekintve, hogy a fenntartható innovációk, illetve szabadalmak akár piacvezető pozíciót is eredményezhetnek egy vállalat szempontjából a zöld innovációk tükrében, mely a vállalatok kulcsfontosságú célja lehet.¹⁸

A Kereskedelmi Világszervezet (WTO) létrehozásáról szóló egyezmény (a továbbiakban: TRIPS-megállapodás) alapján, a technika bármely területén létrehozott, akár termékre, akár eljárásra vonatkozó bármely találmány szabadalmaztatható, feltéve, ha megfelel a jogszabályban meghatározott konjunktív feltételeknek: a találmánynak újnak kell lennie, feltalálói tevékenységen kell alapulnia, és iparilag alkalmazhatónak kell lennie.¹⁹ A feltalálók, vagy éppen a szabadalmasok számára a szabadalom megadása húsz évig kizárólagos jogot biztosít egy adott találmány, illetve technológia használatára, hasznosítására. Ennek fontos célja, hogy a K+F-be történő beruházásokat ösztönözze a tudományos és technológiai fejlődés előmozdítása érdekében. A szabadalmak ugyan közvetlenül ösztönözhetik az innováció és a technológia elterjedése szempontjából előnyös megoldásokat, azonban a fenntartható fejlődési és társadalmi szempontból előnyös találmányok nem feltétlenül kapnak kellő figyelmet.²⁰

A TRIPS-megállapodásnak további fontos célja, hogy a szellemi tulajdonjogok oltalma és érvényesítése járuljon hozzá a műszaki innovációhoz és a technológia átadásához, amely alól a fenntarthatósághoz kapcsolódó szellemi tulajdonjogok sem kivételek, ehhez igazodva a „zöld” szellemi tulajdonjogok szintén hozzájárulnak a társadalmi-gazdasági fejlődéshez, elsődlegesen a környezetvédelem támogatására, illetve a fenntartható innovációkhoz kapcsolódó jogokra fókuszálva.²¹

Ennek ellenére a szabadalmak kétpólusúak lehetnek a fenntarthatóság szempontjából. Az oltalmat nyert találmány, technológia vagy eljárás a lajstromokban nyilvánosan elérhető, illetve hozzáférhető bárki számára. Már csak ezen információk nyilvánossága is ösztönözheti az innovációt a fenntartható technológiák terén, ugyanis a társadalmi felelősségvállalás miatt minél több vállalat próbál zöld technológiákat fejleszteni. Másfelől, a fenntartható technológiák és eljárások gyakran összetett, jelentős kutatást és fejlesztést igényelnek ahhoz, hogy a folyamat végén valóban egy innovatív, a fenntartható fejlődési célokkal összhangban lévő találmány, vagy eljárás jöjjön létre, amely miatt a vállalatok vonakodva állhatnak neki a fenntartható, zöldebb technológiák fejlesztésének. Ennek oka lehet továbbá, hogy a vállalatok nem feltétlenül látnak akkora mértékű megtérülést ezekben a technológiákban, mivel rendkívül hosszadalmas

¹⁸ A keresés forrása: WIPO Patentscope adatbázis. Online: <https://patentscope.wipo.int/search/en/result.jsf?vid=P10-MA1J5N-44551>

¹⁹ Az Általános Vám és Kereskedelmi Egyezmény (GATT) keretében kialakított, a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó Marrakesh-i Egyezmény és mellékleteinek kihirdetéséről szóló 1988. évi IX. törvény 5. fejezet 27. cikk 1. pontja

²⁰ OTIM, Enoch (2024): The Impact of Patent Law on Sustainable Development. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 8(2), 87. Online: <https://doi.org/10.22161/ijreh.8.2.10>

²¹ Az Általános Vám és Kereskedelmi Egyezmény (GATT) keretében kialakított, a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó Marrakesh-i Egyezmény és mellékleteinek kihirdetéséről szóló 1988. évi IX. törvény I. rész 7-8. cikk

és költséges lehet számukra ezeknek a fejlesztése, amelynek végén már a szabadalmaztatás sem biztos, hogy előnyös számukra.²²

A zöldebb, fenntarthatóbb technológiák és eljárások olyan új, illetve módosított folyamatokra, rendszerekre, vagy akár termékekre utalnak, amelyek elkerülhetik vagy csökkenthetik a környezetben tehető károkat. A fenntarthatóbb technológiák kulcsfontosságú és alapvető szerepet játszanak a környezetszennyezés csökkentésében, az energiahatékonyság növelésében, amelyeket a fenntartható fejlődés egyik legfontosabb eszközeként ismernek el társadalmi szinten. A technológia transzfer és a licenszmegállapodások tekintetében különösen fontos a zöld innovációk fejlesztése, mivel vonzhatja a befektetőket, akiknek elsődleges cél a környezeti kockázatnak való kitettség csökkentése. A ruhaipari vállalatok tekintetében – hiába az egyik legszennyezőbb iparág a világon – megfigyelhető, hogy a zöldebb technológiák irányába próbálnak elmozdulni, ennek okán minden eddiginél nagyobb nyomás nehezedik ezekre a vállalatokra a fenntarthatóság előmozdítása terén, leginkább a fogyasztók részéről: ugyanis a fogyasztókban egyre inkább tudatosul a fenntarthatóság szükségessége, leginkább a Z generáció körében, amelynek elérésében segítségükre lehet a szellemi tulajdonjog.²³

A zöld technológiák célja a ruhaipar előtt álló környezeti kihívások kezelése, amely olyan innovatív megoldásokat és technológiákat foglal magában, amelyeket minimalizálják a hulladék keletkezését, csökkentik az erőforrások fogyasztását, illetve mérséklik a gyártási folyamatok negatív környezeti hatásait. Ezen technológiák integrálása a ruhaipari vállalatok ellátási láncába jelentős teret nyertek, amely hatalmas lehetőséget is kínált az iparág felelősségteljesebb és fenntarthatóbb ágazattá történő átalakítására. Ezen zöld szabadalmak, illetve technológiák kulcsszerepet játszanak a fenntartható anyagok kifejlesztésében és felhasználásában, és segíthetnek környezetbarátabb, alternatív anyagok feltárásában és alkalmazásában.²⁴

Ebben az élen jár egyrészt a Nike, amely több száz olyan zöld szabadalommal rendelkezik, amely újszerű technológiaként kimondottan a felhasznált anyagok fenntarthatóságára koncentrál, például a „Flyleather”²⁵, vagy a „Nike Grind”²⁶ anyagok előtérbe helyezésével. Mindezek alátámasztására szolgál, hogy a Nike-nak 2020 és 2023 között a globális rangsort vezetve 2528 darab, újrahasznosított szálakkal kapcsolatos szellemi tulajdonjogi, köztük nagyrészt szabadalmi bejelentése volt²⁷, illetve a Nike vezető helyen szerepel a fenntartható vállalatirányítás keretrendszerében szabadalmaztatott találmányok tekintetében a ruhaipari vállalatok között, ugyanis a fogyasztói ágazatban 2002 és 2022 között 4681 ilyen szabadalom jogosultja volt.²⁸

Ugyanakkor a versenytárs próbálja felvenni a ritmust a Nike-val, így az Adidas szintén a felhasznált anyagok fenntarthatóságát helyezi előtérbe szabadalmi szempontból, amelyet jól

²² OTIM (2024) i. m. 95.

²³ PERNA, Tiffany (2023): *EU Design Law: how to promote sustainability in the fashion industry?* Master's Degree Dissertation, NOVA School of Law. 14.

²⁴ LAU, Kevin (2023): *Green tech revolutionizing clothing industry's supply-chain sustainability*. Online: <https://www.chinadailyhk.com/hk/article/363609>

²⁵ A Nike „Flyleather” technológiája egy nagy teljesítményű anyag, amely kinézetre, illetve tapintásra is bőrnek tűnik, viszont legalább 50%-ban bőrrostok és szintetikus anyagok felhasználásával készül egy innovatív eljárás eredményeként, amely miatt sokkal kisebb környezeti hatással van a klímaváltozásra, mint a hagyományos bőr. Forrás: Nike Flyleather. Online: <https://www.nike.com/hu/flyleather>

²⁶ A „Nike Grind” újrahasznosított cipőkből és gyártásból fennmaradt többletanyagokból készült anyag, amelynek célja, hogy minél kevesebb Nike cipő kerüljön a hulladéklerakóba. Nagyrészt a külső talp gumijából, a középtalp szivacsos részéből, illetve a felsőrész anyagából készül, amelyekből teljesen más termékek készülnek, például súlyzók, vagy tenisz-, illetve atlétikai pályákat fednek le vele. Forrás: <https://www.nikegrind.com/>

²⁷ HUSBAND, Laura (2023): *Signal: Nike leads on recycled fibre patents as Puma unveils one-off launch*. Online: <https://tinyurl.com/3avxp8fv>

²⁸ Globaldata [É. n.]: *Global: Top ESG Patents Holders in the Consumer Sector (2002-2022)*. Online: <https://tinyurl.com/3sruydw>

szemléltet 2021-es fenntarthatósági jelentésük, melyben kijelentették, hogy 2025-re 10-ből 9 Adidas cipő fenntartható lesz.²⁹ Az Adidas „Parley” kollekciója továbbra is erős és szerves részét képezi a fenntarthatósági portfóliójuknak, amelyek óceáni hulladékból és illegálisan használt mélytengeri eresztőhálóból visszanyert és újrahasznosított fonalakból, illetve szálakból készültek³⁰, erősítve az Adidas részéről is azt a célt, amely a Nike-nál is megjelenik: a meglévő műanyagok, termékek és textíliák újrahasznosítása, illetve teljesen új anyagok, innovációk, technológiák megalkotása és feltalálása a szén-dioxid kibocsátás, illetve a hulladékmennyiség csökkentésére.³¹

A fenntarthatóság felé történő globális elmozdulással párhuzamosan nőtt a fenntarthatóság jelentősége a vállalati kommunikációban is, amelynek szerves része egy adott vállalat gyakorlata fenntarthatóságának hangsúlyozása. Erre tekintettel alakult ki a vállalatok gyakorlatában a „greenwashing”³² (magyarul: „zöldmosás”) jelenség, mivel a zöld technológiák, illetve innovációk jelenthetik a vállalatok számára az utat a piaci értékük növeléséhez, illetve a piaci legitimitásuk megerősítéséhez a fenntarthatóság tekintetében.³³ A vállalatok az egyre súlyosbodó klímaválság súlyának csökkentésére új és hatékony megközelítésű technológiák fejlesztését és alkalmazását tűzik ki célul, így lényeges, hogy a vállalat által kifejlesztett, fenntartható technológia vagy termék az adott piacon újszerű legyen, amellyel egyrészt a vállalatok új környezetvédelmi aspektusra tudnak reagálni, másrészt a vállalatok piaci értékének növelésében jelentős szerepet játszanak.

Kérdésként merül fel, hogy vajon a döntéshozók tesznek-e erőfeszítéseket arra vonatkozóan, hogy a szabadalmi bejelentéseket, amelyek zöldebb, fenntarthatóbb technológiákat tartalmaznak, gyorsabb és költséghatékonyabb eljárások során jegyezzék be a szabadalmi lajstromokba. A WIPO ezen célok segítése érdekében létrehozta a WIPO GREEN platformot, amelynek célja a fenntartható, zöld szabadalmak alkalmazhatóságának növelése azáltal, hogy összekapcsolja a fenntartható technológiák fejlesztőit a befektetőkkel. Emellett az OECD ENV-TECH, illetve az EPO Y02/Y04S osztályozásai biztosítják a zöld szabadalmak szisztematikus azonosítását és nyomon követését. A szabadalmi rangsorolási rendszerük alapján előtérbe helyez bizonyos technológiákat, például azokat, amelyek alacsonyabb szén-dioxid kibocsátással rendelkeznek, így az adott vállalat technológiája vagy szabadalma fenntartható besorolást kaphat a WIPO által. Ez a fajta rangsorolás csak útmutatást nyújt annak érdekében, hogy egyrészt a vállalatok szabadalmi portfóliójukat fenntarthatóbbá tegyék, másrészt a befektetők értékes információk birtokába kerüljenek arról, hogy mely technológiákat kell előnyben részesíteni azért, mert fenntartható, így a WIPO GREEN tökéletes platformmá válhat a technológia transzferhez.³⁴ Erre már több országban tettek kísérletet, amely kimondottan pozitív példaként tekinthető más tagállamok számára. Van, ahol minden, minimálisan fenntartható szabadalom gyorsabb eljárásban bírálható el, illetve más országokban például csak

²⁹ Adidas (2021): *2021 Stories – Our Sustainability Initiatives*. Online: <https://tinyurl.com/47cdze6k>

³⁰ Adidas x Parley. [É. n.]. Online: <https://parley.tv/initiatives/adidasxparley>

³¹ Nike [É. n.]: *Sustainability*. Online: <https://www.nike.com/hu/en/sustainability>

³² A „greenwashing” során a vállalatok megtévesztő állításokat tesznek a fenntarthatósági gyakorlataikról, hogy környezetvédelmi szempontból felelősségteljesebbnek tűntessék fel magukat, és célja, hogy elhitessék a fogyasztókkal hamis, félrevezető, vagy eltúlzott információk átadásával az adott vállalkozás fenntarthatóságát. Ennek eszközeként használják az „eco-friendly”, „sustainable”, „green” fogalmakat, a gyártási módszereikre vagy az adott termékek összetételére vonatkozóan. Forrás: DOS SANTOS, Fabiola – MANNION, Roseanne (2024): *Navigating the Waves of Greenwashing – Implications for trade mark owners*. Online: <https://tinyurl.com/ytdue4cb>

³³ CHIRICO, Francesco et al. (2025): Does it Pay to Patent Green Innovations? Stock Market Reactions to Family and Nonfamily Firms’ Green Patents. *Journal of Business Ethics*, 1-2. Online: <https://doi.org/10.1007/s10551-025-05942-w>

³⁴ WIPO GREEN – *The Marketplace for Sustainable Technology*. WIPO. Online: <https://www3.wipo.int/wipogreen/en/>

az energiatakarékosság, vagy a szén-dioxid kibocsátást csökkentő technológiák tekintetében jogosultak a gyorsabb és költséghatékonyabb elbírálásra.³⁵

3.2. Fenntartható formatervezésiminta-oltalmak

A zöld szabadalmi technológiák a ruhaipar tekintetében egyre inkább kezdenek teret nyerni, viszont ennek ellenére sem hanyagolható el a formatervezésiminta-oltalom megemlítése a szférában. A ruhaipart egy körforgásnak is lehet tekinteni: egy adott ruha életciklusa a tervezőasztalon kezdődik, a vásárlók szekrényében kezd meg új életét, majd egy idő után adományboltokban, vagy rosszabb esetben a szeméttelen kő ki. A fenntartható fejlődésre való törekvés ebben a körforgásban jól körvonalazódik, mivel szükség van a ruhaipari termékek életciklusának meghosszabbítására, így a tervezési szakaszban különösen oda kell figyelni arra, hogy a végeredmény egy fenntarthatóbb termék legyen, amely függhet a gyártási technológia alkalmazásától, az anyaghasználatától,³⁶ gondolva az etikus és organikus anyagok használatára, hulladékmentes szabásminta-vágásra, vagy akár az „upcycling”³⁷ jelenségre.

Sok divatipari vállalat inkább formatervezésiminta-oltalmat használ termékei külső megjelenésének védelmére, amely elsődlegesen jó alapot adhat egy vállalatnak arra, hogy termékei jogi oltalom alá kerülhessenek, amelyből ezzel együtt piaci előnye is származhat. A legtöbb ruhaipari vállalatnak inkább formatervezésiminta-oltalmi és védjegyei vannak, mintsem szabadalmi, ugyanis a formatervezésiminta-oltalom a termék egészének vagy részének külső megjelenését védi, nem pedig a termék műszaki tartalmát, amely lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy termékeikkel versenyelőnyben maradjanak a párhuzamos oltalmak fennállásával, illetve szilárd védelmet nyújt a termék mintabitorlásával szemben, tehát az oltalom jogi úton kikényszeríthetővé válik.³⁸

A fenntarthatóbb formatervezési minták elsődlegesen újrahasznosított, környezetbarátabb anyagokat, javítható, illetve moduláris termékeket foglalnak magukban, például az Adidas FutureCraft 4D modellje, amelynek a középtalprésze, illetve felsőrésze újrahasznosított papírból és hulladékanyagokból készült.³⁹

Más ruhaipari vállalatok is próbálnak formatervezési mintákkal részt venni a ruhaiparban, illetve fenntarthatóságban, bár több esetben a jogi oltalom nem feltétlenül állít meg egyes ruhaipari vállalatokat abban, hogy más vállalatok termékeit lemásolja, illetve bitorolja, amely leginkább a „fast fashion” vállalatokra jellemző. Habár egyes „fast fashion” cégek szintén próbálnak a fenntarthatóság irányába elmozdulni: a H&M számos kezdeményezéssel, így ruhagyűjtő programokkal, károsanyag-kibocsátása és a vízszennyezése csökkentésére irányuló elkötelezettségének kommunikációjával, illetve fenntarthatóbb anyagok használatával kíván társadalmi felelősséget vállalni a környezeti problémák megoldása, illetve csökkentése érdekében, amely törekvések a weboldalán kellőképpen átláthatóan és részletesen bemutatásra kerülnek.⁴⁰ Egy biztos: a „fast fashion” vállalatok a gyors piaci jelenlétre építenek, így márkájuk védjegyein kívül ritka, amikor jogi oltalomra jelentenek be termékeket, ezt bizonyítja

³⁵ *Fast-tracking green patent applications* (2013). WIPO Magazine. Online: <https://tinyurl.com/4e8bda62>

³⁶ HUSBAND (2023) i. m. 16-17.

³⁷ Az upcycling során az eredeti tárgy újjáélesztésére összpontosítanak, azaz a minőségének, funkcionalitásának vagy stílusának javítására anélkül, hogy teljesen lebontaná, szétszedné az adott tárgyat. Forrás: HERNÁNDEZ BETHERMYT, Laura (2024): Legal challenges associated with upcycling. Online: <https://alessandri.legal/en/legal-challenges-associated-with-upcycling/>

³⁸ *Intellectual Property for Fashion Industry: Design Patents* (2024). Coppercod Intellectual Property. Forrás: <https://tinyurl.com/4y9mxskz>

³⁹ *Adidas Futurecraft 4D Shoes Production Life Cycle* (2018). Online: <https://tinyurl.com/2bhsw5ma>

⁴⁰ KRZEMINSKI, Julia (2024): Slowing Down Fast Fashion: How Improved Intellectual Property Law Can Protect Designers and Promote Sustainability. *Journal of Intellectual Property Law*, 31(2), 291. Online: <https://digitalcommons.law.uga.edu/jipl/vol31/iss2/5>

az is, hogy a világon mindösszesen 28 bejelentett szellemi tulajdonjogi oltalmuk van, amely jelentősen elmarad a Nike-tól, illetve az Adidas-tól. Ebből a 28 bejelentett oltalomból 4 oltalom, pontosabban szabadalom kapcsolódik a fenntarthatósághoz: kapacitáskezelő rendszer, illetve módszerek a fenntartható ruházati termékek előállításának támogatására.⁴¹

A H&M versenytársa, a Shein 12 szellemi tulajdonjogi oltalommal rendelkezik, amelyből mindössze 4 oltalmat engedélyeztek. Jól mutatja a Shein, mint „ultra fast fashion”⁴² vállalat elhelyezkedését a globális piacon és a köztudatban, hogy ezek közül egyik sem kapcsolódik a fenntarthatósághoz, sokkal inkább a versenyelőny, illetve még a versenytársaknál is gyorsabb piaci jelenlét eléréséhez.⁴³ Naponta 8-10 ezer termék piacra bocsátásának következtében azonban a gyártó kifogyhat a tervezési ötletekből, így más tervezők, illetve vállalatok termékeinek másolásával tartja fenn ultragyors divat jellegét, melynek keretén belül jelenleg több, mint 90 bitorlási per van ellene folyamatban. Az eljárásokban felperesként nemcsak független tervezők, de olyan cégek is képviseltetik magukat felperesként, mint a Ralph Lauren, a Stüssy, vagy a Coach.⁴⁴

Ezen indokok miatt a „fast fashion”, illetve „ultra fast fashion” vállalatok fenntarthatóságra gyakorolt hatása jelentősen aggasztónak tűnik. Ezért fontos és szükséges a szellemi tulajdonjog, mivel ilyen helyzetekben könnyebben érvényesíthető és kikényszeríthető. A vállalatok számára mindez egy alapvető fontosságú jogi mechanizmus a termékeik, befektetéseik, illetve fejlesztéseik védelmére és a tisztességes verseny, illetve az üzleti környezet biztosítására. A szellemi tulajdonjogok a fenntarthatóság tükrében segítenek garantálni a termékek minőségét és biztonságát, amely ösztönzi az innovációt a vállalatok körében, hiszen a cél első körben a jogsértés megszüntetése, majd a jogsértő cselekmény által okozott károk helyreállítása, ezzel védelmet nyújtva az innovatív technológiák, termékek, illetve kreatív alkotások számára.⁴⁵

⁴¹ *H&M Patents- Key Insights and Stats* (2025). Insights by Greyb. Online: <https://insights.greyb.com/hm-patents/>

⁴² Az „ultra fast fashion” vállalatok esetén a ruhák gyártása, illetve kereskedelembe bocsátása még gyorsabban zajlik annak érdekében, hogy azonnal ki tudják szolgálni a fogyasztók igényeit, illetve napról napra figyelik a változó trendeket. Ennek következménye, hogy a trendciklusok rövidülnek, a termékek minősége a minél gyorsabb előállítás miatt csökken, ezáltal a fogyasztók túlfogyasztásra vannak ösztönözve, nagy nyomást helyezve a környezetre. Forrás: *A környezetgyilkos ultra fast fashion* (2024). Greenfo. <https://greenfo.hu/hir/a-kornyezetgyilkos-ultra-fast-fashion/>

⁴³ *Shein Patents- Key Insights and Stats* (2025). Insights by Greyb. Online: <https://insights.greyb.com/shein-patents/>

⁴⁴ MCLYMORE, Arriana (2024): *Shein is facing and EU copyright rule. What is at stake?* Reuters. Online: <https://tinyurl.com/mue3vpx5>

⁴⁵ *Intellectual Property Enforcement* [É. n.]. WIPO. Online: <https://www.wipo.int/en/web/ip-enforcement>

3.3. Zöld védjegyek, mint a vállalati kommunikáció alapja

A szabadalmak mellett a védjegyeknél is nagy arányban megfigyelhetők a fenntarthatóbb, környezettudatosabb márkajelzések, illetve jelölések oltalma. A védjegyeknek a legfontosabb konjunktív feltétele, hogy adott áru vagy szolgáltatás megkülönböztető képességgel rendelkezzen mások áruitól és szolgáltatásaitól.⁴⁶

A vállalatok sok esetben olyan, a tevékenységükhöz kapcsolódó, a fenntarthatóságot támogató védjegyeket nyújtanak be védjegyoltalomra, amelyekben szerepel az „eco”, a „green”, vagy a „sustainable” kifejezés, ezzel is tudatosítva a fogyasztóban azt, hogy az adott vállalat valamilyen aspektusában fenntarthatóan működik, amely megnyilvánulhat a fejlesztés, a gyártás, vagy akár a hasznosítás folyamatában is.⁴⁷ Egyre több ilyen példa létezik a gyakorlatban: a Nike egyrészt feltünteti a saját weboldalán, hogy mely termékek készültek legalább 20%-ban fenntartható anyagokból⁴⁸, illetve az általa benyújtott „Move to Zero” (mint „Mozdulj a Nullára”) kifejezés védjegyoltalom alatt áll⁴⁹, amely egy komplex kampányt jelöl a fenntarthatóság tükrében, melyet a „Zero” szóval kíván nyomatékosítani. A „Move to Zero” kampánnyal a célja, hogy globálisan, tudományosan megalapozott célokat követve csökkentsék a karbon-lábnyomuk nagyságát, illetve innovatív megoldásokat dolgozzanak ki a hulladék csökkentése érdekében. Ezt különböző megoldásokkal kívánják eszközölni, így a „Recycling+Donating” mozgalmukkal, amelynek során a fogyasztók használt Nike sportcipőiket és ruházati termékeiket visszavihetik a Nike részére, amelyek eladományozásra, illetve újrahasznosításra kerülnek. Fontos megemlíteni a „Re-creation” törekvését is, amely szoros részét képezi a „Move to Zero” mozgalomnak, mivel a Nike a saját régi, úgynevezett vintage árukészletét is gyűjti, amelyekből újratervezett Nike ruhadarabokat készítenek tervezők segítségével, hozzájárulva ezzel is a hulladék csökkentéséhez, illetve a körforgásos gazdasághoz.⁵⁰

Problémának tekinthető ebben az aspektusban a már említett „greenwashing” jelenség, amely sokkal inkább a védjegyek tekintetében tűnhet relevánsnak és népszerűbb fogalomnak, mintsem más szellemi tulajdonjogi eszközök tekintetében, különösen a vállalatok kereskedelmi kommunikációjában, ahol márkájukról, megjelöléseikről, illetve termékeikről kimondottan hangsúlyozzák fenntartható jellegüket. A „greenwashing” lényegében azt a gyakorlatot jelenti, amikor a fenntarthatósággal kapcsolatos kifejezéseket használják anélkül, hogy a védjegy által megjelölt, környezettudatos gyakorlatokat ténylegesen alkalmaznák. Ennek következménye, hogy a „greenwashing” gyakorlatot alkalmazó vállalatok félrevezethetik a piaci szereplőket, amellyel egyrészt félrevezeti a fogyasztókat, másrészt nem juttatja kellő előnyhöz azon vállalatokat, amelyek tényleges erőfeszítéseket tesznek termékeik és szolgáltatásaik fenntarthatóvá tételére.⁵¹ A H&M gyakorlatában több esetben is megfigyelhető volt a „greenwashing” alkalmazása, amely miatt eljárás is indult ellene: fenntarthatóként jelölt termékein gyakran megfigyelhető a „Recycled material” lógócímke, az eljárás során pedig megállapításra került, hogy félrevezető lehet a H&M által keltett illúzió, hogy a régebbi, használt ruháikból új ruhadarabok készülnek, illetve, hogy a ruhák nem kerülnek a

⁴⁶ A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény, 1. § (1) bekezdés a) pont

⁴⁷ EL ZEIN, Farah (2022): *Green Innovation Intellectual Property Rights Guidebook*. ENI CBCMED. 33. Online: <https://tinyurl.com/2jtrabrnr>

⁴⁸ *At least 20% Sustainable Material* [É. n.]. Nike. Online: <https://www.nike.com/w/sustainable-materials-3ngp4>

⁴⁹ *MOVE TO ZERO – Trademark Details*. Justia. Online: <https://trademarks.justia.com/886/64/move-to-88664376.html>

⁵⁰ *Sustainability* [É. n.]. Nike. Online: <https://www.nike.com/hu/en/sustainability>

⁵¹ DEMČAK, Igor (2023): *Trademarks and the risk of greenwashing: EU plans new regulation against companies making false green claims*. Trama. Online: <https://tinyurl.com/22ryvyej>

hulladéktelepre, illetve, hogy a H&M termékeinek túlnyomó része esetében az újrahasznosítással kapcsolatos megoldások nem feltétlenül voltak alkalmazva.⁵²

A „greenwashing” visszaszorítására számos megoldás létezik, illetve létezhet, mellyel szemben az Európai Unió egyértelműen küzdeni kívánt akkor, amikor megalkotta a Zöld átállás („Green Calims Directive”) irányelvét⁵³, melynek során a vállalatoknak bizonyítékot kell szolgáltatniuk a fogyasztók számára arra vonatkozóan, hogy a gyakorlatuk valóban fenntartható, illetve környezettudatos. Mindemellett egyértelmű és szigorú kritériumokat határoztak meg arra, hogy a vállalatoknak miképp szükséges bizonyítaniuk fenntartható törekvéseiket, egy ún. tanúsítási rendszer segítségével, mely megfelelés esetén lehetővé teszi fenntarthatósági címke használatát is. Ha egy vállalat megfelel ezeknek a feltételeknek, akkor a tagállamokban elismert nemzeti vagy regionális szintű ökocímeként is szerezhetheti, mely tanúsítja, hogy az adott vállalat bizonyos aspektusban valóban környezettudatos, ezzel védve a fogyasztókat, illetve a fenntarthatósághoz kapcsolódó, tisztességes versenyt.⁵⁴ Emellett jó megoldást jelenthet még a különböző tanúsítványok kiadása is, gondolva például az EU Ecolabel-re, amelyet olyan áruk és szolgáltatások kaphatnak meg, amelyek kisebb környezeti hatással rendelkeznek, mint az azonos csoportba tartozó, többi termék⁵⁵. Ha egy vállalat környezetvédelmi tanúsítvánnyal rendelkezik, az a fogyasztók számára egyértelmű és átlátható iránymutatást ad, hogy valóban fenntartható terméket vesznek-e. Így érdemes lehet a hiteles tanúsítványokat szorgalmazni, illetve akár jogilag szabályozni, hogy minél inkább szabályozottabb keretek közé tudják szorítani a fenntartható termékekkel kapcsolatos aggályokat. Mindezek tekintetében a „greenwashing” jelenséget ezáltal csak akkor lehetne visszaszorítani, ha a környezetvédelemmel kapcsolatos állítások bizonyítottak, transzparenssek, illetve kívülről is átláthatóak.

IV. Következtetések, záró gondolatok

Ahogy társadalmi kérdéssé vált a fenntarthatóság, úgy nehezedett egyre nagyobb nyomás a ruhaipar piaci szereplőire, hogy ők maguk is vegyenek részt abban a küldetésben, hogy minél környezettudatosabbak legyenek az ellátási lánc során, a gyártástól a termékek végfogyasztóhoz kerüléséig, mivel a fogyasztóknak, különösen a fiatal korosztálynak is egyre inkább igénye van a környezettudatosabb életszemléletre, illetve közvetve hozzá kívánnak járulni a társadalmi felelősségvállaláshoz a fenntarthatóság tekintetében, így kevesebb, de fenntarthatóbb ruhadarabok vásárlásával.

A ruhaipari vállalatoknál a társadalmi felelősségvállalás egyes esetekben egyértelműen megmutatkozik, így a Nike-nál és az Adidas-nál, míg a fenntarthatóságért tett erőfeszítés a „fast fashion”-ként definiált cégeknél hol jobban, hol pedig kevésbé körvonalazódik. Alapvetően megállapítható, hogy egyes ruhaipari vállalatok sok aspektusban, változatosan tesznek a fenntarthatóságért, a fenntartható anyagoktól kezdve a gyártási technológiákon át, edukálva fogyasztóikat ennek fontosságáról. Az Adidas-nál és a Nike-nál egyértelmű a vállalati kommunikáció, minden nyomon követhető fenntarthatósági jelentéseikben, amelyet a gyakorlatban alátámasztanak a környezettudatosságért tett lépéseik is. A H&M és a Shein esetében a vállalati kommunikáció a fenntarthatóság tekintetében sok esetben árnyaltabb, kevésbé hihető a fogyasztó számára a gyakorlatot alapul véve.

⁵² SIERRA, Brittany [É. n.]: *H&M Is Being Sued For „Misleading” Sustainability Marketing. What Does This Mean for the Future of Greenwashing?* The sustainable fashion forum. Online: <https://tinyurl.com/2ufaeukp>

⁵³ Az Európai Parlament és a Tanács 2024/825 irányelve 2005/29/EK és a 2011/83/EU irányelv módosításáról, a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának a tisztességtelen gyakorlatokkal szembeni hatékonyabb védelem és a hatékonyabb tájékoztatás révén történő növelése tekintetében

⁵⁴ 2024/825 irányelv 1. cikk 1. pont b) r. és s. alpont

⁵⁵ Az Európai Parlament és a Tanács 66/2010/EK rendelete az uniós ökocímekről

Álláspontom szerint a szellemi tulajdonjogra egyértelműen hat a fenntarthatóság, tekintve, hogy a ruhaipari vállalatok egyre inkább a zöld technológiák irányába fordulnak, és erre vonatkozóan kiaknázzák lehetőségeiket. A fenntarthatóságért új anyagokat, új gyártási technológiákat fejlesztenek ki, amelyeket mint szellemi tulajdonukat, oltalomra jelentenek be, illetve ideális esetben üzleti titkokkal is védik innovációikat a versenyelőny megtartása érdekében. Mivel a fenntarthatóság közös, társadalmi cél, így viszont az „open-source” megoldások is ugyanannyira nagy versenyelőnyt nyújthatnak, mint a know-how, gondolva az Allbirds példájára. Emellett a fogyasztók, mint kulcsszereplők is egyértelműen elmozdultak a fenntarthatóság irányába, hiszen azt várják, hogy a vállalatok termékei valóban fenntarthatóak legyenek, éppen ezért fontos őket védeni a hamis állításokkal, a megtévesztő védjegyekkel, így a „greenwashing”-gel szemben is.

Annak érdekében, hogy a fenntarthatóság maximális szinten elérhető legyen, a vállalati felelősségvállalást egyértelműen növelni kell a szektorban, amelybe beletartozik a korrekt vállalati kommunikáció, hogy a fogyasztók részletes és átfogó képet kapjanak a vállalat fenntarthatósági stratégiáiról. Ebbe beletartoznak továbbá a részletes fenntarthatósági jelentések, a termékek teljes életciklusának elemzése és nyilvánossá tétele. Ehhez viszont szükség van egy biztosabb jogszabályi környezetre: keretek közé szükséges szorítani a vállalatok marketingkommunikációját egy adott termék vagy technológia fenntarthatóságáról. Ebben segítségre lehet a hiteles tanúsítványok alkalmazása, illetve az átláthatósági előírások használata és szabályozása, amelyben pontosan meg kellene egy vállalatnak jelölnie, hogy honnan származnak az anyagok, illetve hogyan gyártják a terméket. Így tehát a fogyasztói elvárások révén további nyomást gyakorol a vállalatokra az, hogy szellemi tulajdonjogaik segítségével bizonyítsák a fenntarthatóság iránti elkötelezettségüket.

A fenntarthatóság mindig új szellemi tulajdonjogi stratégiákat követelhet meg a ruhaiparban, így azt dinamikus módon megújíthatja. A jövőben várhatóan azok a ruhaipari vállalatok lesznek sikeresek a piacon, amelyek nemcsak innovatívak, hanem jogilag is hitelesen, illetve megfelelően védik fenntartható törekvéseiket.

V. Irodalomjegyzék

CHIRICO, Fransecso et al. (2025): Does it Pay to Patent Green Innovations? Stock Market Reactions to Family and Nonfamily Firms' Green Patents. *Journal of Business Ethics*. Online: <https://doi.org/10.1007/s10551-025-05942-w>

DAHLBORG, Charlotta et al. (2016): To invent and let others innovate: a framework of academic patent transfer modes. *The Journal of Technology Transfer*, 42(3), 538-563. Online: <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9490-7>

EL ZEIN, Farah (2022): *Green Innovation Intellectual Property Rights Guidebook*. ENI CBCMED. 33. Online: <https://tinyurl.com/2jtrabr>

KESERŰ Barna Arnold (2024): *A fenntartható fejlődés hatása a szellemi tulajdonvédelem rendszerére*. Budapest: Akadémia Kiadó.

KRZEMINSKI, Julia (2024): Slowing Down Fast Fashion: How Improved Intellectual Property Law Can Protect Designers and Promote Sustainability. *Journal of Intellectual Property Law*, 31(2), 269-304. Online: <https://digitalcommons.law.uga.edu/jipl/vol31/iss2/5>

KUMAR, J.Suresh –SHOBANA, D. Dr. (2024): Green Technologies and Sustainable Development: Opportunities and Challenges for Technology Transfer. *International Journal of Advances in Engineering Architecture Science and Technology*, Vol(2), Is(5), 154-160. Online: <https://doi-ds.org/doi/10.59682141/IJAEAST.2024.05.0003>

LUKAC, Kim (2017): *Compulsory Licensing for Green Technology Transfer. Should green technology be subject to compulsory licensing to advance green technology transfer?* Master Thesis. Tilburg University.

MA, Ji (2022): Moving from the Brown Economy to the Green Economy: The Battle over International Intellectual Property. *Journal of World Investment & Trade*, Vol(23), 947-981. Online: <https://doi.org/10.1163/22119000-12340275>

NEVES, Pedro Cunha et al. (2021): The link between intellectual property rights, innovation and growth: A meta-analysis. *Economic Modelling*, 97, 196-209. Online: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2021.01.019>

PERNA, Tiffany (2023): *EU Design Law: how to promote sustainability in the fashion industry?* Master's Degree Dissertation, NOVA School of Law.

SUNNY, Md Tanweer Alam (2024): The Role of Intellectual Property in Achieving Global Sustainability Goals. India: *Bluerose Publishers*, 156-176. Online: <https://shorturl.at/BIRSB>

SZEGEDI Krisztina –MÉLYPATAKI Gábor (2016): A vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) és a jog kapcsolata. *Miskolci Jogi Szemle*, 11(1), 51-70. Online: <https://shorturl.at/GZP05>

TIM, Enoch (2024): The Impact of Patent Law on Sustainable Development. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 8(2), 86-103. Online: <https://doi.org/10.22161/ijreh.8.2.10>

Internetes források:

A környezetgyilkos ultra fast fashion (2024). Greenfo. <https://greenfo.hu/hir/a-kornezetgyilkos-ultra-fast-fashion/>

Adidas (2021): *2021 Stories – Our Sustainability Initiatives*. Online: <https://tinyurl.com/47cdze6k>

Adidas Futurecraft 4D Shoes Production Life Cycle (2018). Online: <https://tinyurl.com/2bhsw5ma>

Adidas x Parley. [É. n.]. Online: <https://parley.tv/initiatives/adidasxparley>

Allbirds Unveils Design of World's First Net Zero Carbon Shoe. Online: <https://shorturl.at/2wEKB>

At least 20% Sustainable Material [É. n.]. Nike. Online: <https://www.nike.com/w/sustainable-materials-3ngp4>

DEMCAK, Igor (2023): *Trademarks and the risk of greenwashing: EU plans new regulation against companies making false green claims*. Trama. Online: <https://tinyurl.com/22ryvyej>

DOS SANTOS, Fabiola – MANNION, Roseanne (2024): *Navigating the Waves of Greenwashing – Implications for trade mark owners*. Online: <https://tinyurl.com/ytdue4cb>

Fast-tracking green patent applications (2013). WIPO Magazine. Online: <https://tinyurl.com/4e8bda62>

Globaldata [É. n.]: *Global: Top ESG Patents Holders in the Consumer Sector (2002-2022)*. Online: <https://tinyurl.com/3sruydw>

H&M Patents- Key Insights and Stats (2025). Insights by Greyb. Online: <https://insights.greyb.com/hm-patents/>

HERNÁNDEZ BETHERMYT, Laura (2024): *Legal challenges associated with upcycling*. Online: <https://alessandri.legal/en/legal-challenges-associated-with-upcycling/>

HUSBAND, Laura (2023): *Signal: Nike leads on recycled fibre patents as Puma unveils one-off launch*. Online: <https://tinyurl.com/3avxp8fv>

Intellectual Property Enforcement [É. n.]. WIPO. Online: <https://www.wipo.int/en/web/ip-enforcement>

Intellectual Property for Fashion Industry: Design Patents (2024). Coppercod Intellectual Property. Forrás: <https://tinyurl.com/4y9mxskz>

LAU, Kevin (2023): *Green tech revolutionizing clothing industry's supply-chain sustainability*. Online: <https://www.chinadailyhk.com/hk/article/363609>

MCLYMORE, Arriana (2024): *Shein is facing and EU copyright rule. What is at stake?* Reuters. Online: <https://tinyurl.com/mue3vpx5>

MOVE TO ZERO – Trademark Details. Justia. Online: <https://trademarks.justia.com/886/64/move-to-88664376.html>

Nike Flyleather. Online: <https://www.nike.com/hu/flyleather>

Nike Grind. Online: www.nikegrind.com

Nike, Inc. FY14/15 Sustainable Business Report. Elérhető: <https://tinyurl.com/yfdscmx3>

Shein Patents- Key Insights and Stats (2025). Insights by Greyb. Online: <https://insights.greyb.com/shein-patents/>

SIERRA, Brittany [É. n.]: *H&M Is Being Sued For „Misleading” Sustainability Marketing. What Does This Mean for the Future of Greenwashing?* The sustainable fashion forum. Online: <https://tinyurl.com/2ufaeukp>

SIERRA, Brittany [É. n.]: *H&M Is Being Sued For „Misleading” Sustainability Marketing. What Does This Mean for the Future of Greenwashing?* The sustainable fashion forum. Online: <https://tinyurl.com/2ufaeukp>

Statista Research Department (2024): *Sustainable fashion worldwide: statistics & facts*. Online: <https://shorturl.at/JaAjZ>

Sustainability [É. n.]. Nike. Online: <https://www.nike.com/hu/en/sustainability>

Vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR). Online: <https://shorturl.at/jcmUN>

WIPO GREEN – *The Marketplace for Sustainable Technology*. WIPO. Online: <https://www3.wipo.int/wipogreen/en/>

WIPO Patentscope adatbázis. Online: https://patentscope.wipo.int/search/en/result.jsf?_vid=P10-MA1J5N-44551

Impresszum

Kiadó: Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar
Civilisztikai Tanszék

A kiadásért felel: Dr. Deli Gergely rektor

Cím: 1083 Budapest, Ludovika tér 2.

Postacím: 1441 Budapest, Pf. 60.

E-mail: asztalos.zsofia.agnes@uni-nke.hu

Weboldal: <https://antk.uni-nke.hu/tanszekek/civilisztikai-tanszek/opuscula-civilia/az-opuscula-civilia>

ISSN: 2560-2039 (online)

A szerkesztőbizottság elnöke: Vékás Lajos akadémikus

A szerkesztőbizottság tagjai: Auer Ádám egyetemi docens, Fézer Tamás egyetemi tanár,
Fuglinszky Ádám egyetemi tanár, Leszkoven László egyetemi docens, Papp Tekla egyetemi tanár
Szerkesztőbizottság titkára: Muzsalyi Róbert, egyetemi adjunktus