

# Протокол

№

гр. София, 14.03.2024 г.

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 33 състав,**  
в публично заседание на 14.03.2024 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Галин Несторов**

при участието на секретаря Антонина Бикова, като разгледа дело номер **3741** по описа за **2023** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

На именното повикване в 14,00 ч. се явиха:

ЖАЛБОПОДАТЕЛЯТ – „ДЕВИН“ ЕАД – редовно призован, се представлява от адв. Л., и адв. П., с пълномощно по делото.

ЖАЛБОПОДАТЕЛЯТ – „ПИРИН СПРИНГ“ АД – редовно призован, се представлява от адв. Х., с пълномощно по делото.

ОТВЕТНИКЪТ – ПРЕДСЕДАТЕЛЯТ НА ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО – редовно призован, се представлява от юрк. С., с пълномощно по делото.

СГП редовно призован, не се представлява.

ЯВЯВА се ВЕЩОТО ЛИЦЕ – В. В. Ш.

СТРАНИТЕ /поотделно/ – Да се даде ход на делото.

СЪДЪТ намира, че липсва процесуална пречка за даване ход на делото, поради което

**О П Р Е Д Е Л И:**  
**ДАВА ХОД НА ДЕЛОТО**

СЪДЪТ пристъпва към изслушване на вещото лице.

СНЕМА самоличността на вещото лице.

В. В. Ш. – неосъждана, без дела и родство със страните.

ПРЕДУПРЕДЕНА за наказателната отговорност по чл. 291 НК.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ – Представила съм заключение в срок, което поддържам. Искам да направя едно уточнение за допуснати грешки. На стр. 1 съм объркала датите и моля да се чете с определение на съда, със задачи, поставени от жалбоподателите.

На стр. 2 друг номер на дело е посочено. Да се чете: Досието на дело 3741/2023 г. И

на стр. 20 ред 31 визуално сходни в средна степен, следва да се чете: визуално сходни над средна степен.

АДВ. П.: на стр. 22, втори абзац, казвате, че пряко объркване може и да не настъпи. Означава ли, че може и да настъпи за част от потребителите?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Може да настъпи когато бъде неглежиран края на слогана, но има някои вероятности, при които няма да настъпи.

АДВ. П.: Задавам го с оглед на това което казвате, че няма забрана на един концесионер да притежава концесия на територията на няколко извора и през тази призма, съществува ли вероятност и за пряко объркване поне на част от публиката?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Може и да не настъпи предвид това, че планините са различни, но концесионерът може да бъде и един на няколко извора, това съм имала предвид когато съм казала. Във всички случаи, допи и потребителя, който приемаме за нормален човек, по някаква причина може да negliжира края на слогана, защото разликите са във края, но той във всички случаи, ако ги отчете, той ще приеме, че произхождат от един и същ източник, т.е. производителите ще бъдат свързани лица. В марковото право има положения, че объркването може да бъде пряко или непряко. Прякото объркване е тогава, когато объркаш самата марка. Непряко е когато потребителя прави разликите между марките и вижда че не са еднакви, има разлики в тях, които ги разделят, но марката е построена така, че има елемент, който ги сближава и това не е прякото объркване. То не е асоциация, то е повече от асоциация. Хваща елемент или теза и по нея прави извод, че марките имат единен произход, произхождат от един и същ производител, източник.

АДВ. П.: На стр. 23, т. 4 това е заключителната част, при отговора на въпроса, поставен от „П. спринг“ сте посочили, че водещо при сравненията ще бъде визуалното, посоченото от другите две сходства. Съгласно методическите указания на ПВ при марки, представляващи слогани водещото е смисловото сходство. Има ли конкретна причина да се отклоните от този принцип в заключението си?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Конкретната причина според мен е, че този слоган се възприема визуално, защото той се повтаря върху стоки, които се гледат. Не трябва да забравяме, че методическите указания, както и насоките, не са безусловни. Ние трябва да разгледаме случай за случай. В конкретния случай считам, че тъй като марката е рекламна услуга, не продуктова или фирмена и затова считам, че визуално трябва да се забележи.

АДВ. П.: Понеже не сте степенували останалите сходства, при условие, че възприемате визуалното за водещо, другите как се подреждат?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Бих приела смисловото защото става въпрос за завършено словосъчетание. Фонетичното има по-малка степен.

АДВ. П.: На стр. 24, т. 6, при отговор на въпрос сте посочила, че при сравняване на марките същите не следва да се разделят на части. Следва ли обаче при преценката за сходство на процесните марки да се установят техните съвпадащи елементи и да се определи наличието или липса на отличителност?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: По отношение на слоганите, те се гледат в цялост. Няма как когато имаме смислово сходство да не се търси сходството в отличителния елемент. Ако самият слог е описателен няма да бъде марка.

АДВ. П.: Следва ли да се разделят?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Не.

АДВ. П.: Следва ли при преценката за сходство да се отчитат общите елементи, които

са еднакви за марките и да се прецени дали тези елементи имат отличителност?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Така съм разгледала и следва, защото не може да няма отличителен елемент в една марка или поне нещо, което да и придава отличителност

ЮРК. С.: Водещият елемент кой е?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Че произхождат от сърцето, не от душата, от черния дроб или т.н. Самата дума сърце е метафоричен елемент и придава закачката и благодарение на който марката е регистрирана. Не искам да го разделям и не съм, но става дума за вода, която е от сърцето, то дава ритъма.

АДВ. Х.: Тази метафора широко използвана ли е?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: По отношение на водите, тези две марки са ми налице. Аз нямам друга вода, която да е ползвала слоган от сърцето на С. планина или В. и т.н.

АДВ. П.: Притежават ли отличителност по отношение на конкретните стоки думите Р. и П.?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Това не би следва да са регистрирани марки сами за себе си, защото и П. и Р. са планини с източници на минерална вода.

АДВ. Х.: Възраждам срещу този въпрос, защото марките не са Р. и П..

АДВ. П.: На стр. 24, т. 7 сте посочили, че изразът „От сърцето на“ няма завършен сам за себе си завършен смисъл, но е понятие за място. Какво визирате под място?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Едно метафорично място, „от сърцето на“, това насочва за пространство. Няма пряка конкретика, а абстрактно

АДВ. П.: Как е по-вероятно потребителят да възприеме конкретните марки, буквално - географски, или метафорично, като от недрата на планината?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Дотолкова, доколкото на средния потребител в марковото право е нормално грамотен, информиран и т.н. би следвало да може да възприема абстрактните понятия, да ги обобщава и възприема в метафоричен смисъл.

АДВ. П.: На стр. 24, т. 8, при отговор сте посочили, че марките не следват да се превеждат, но техните послания може да се обобщават. Следва ли при марки със слогани да се тълкува смисъла им когато не е буквален?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Въпросите бяха зададени с кавички. Те за мен означават да се тълкува слогана. Това обяснява неговото смислово значение и отношение за стоките, за които се отнася. Това тълкуване като преценка за сходство не може да не се отчита. То дава разликите във смисъла, в посланието.

АДВ. П.: С оглед на отговора от вещото лице считате ли че марките имат идентично или сходно послание?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: За мен е в много висока степен сходно. Само в планината е разликата, но посланието е едно и също.

АДВ. Х.: На стр. 24, в. 7 отговаряте, че изразът няма сам за себе си завършен смисъл, но е пояснителен за място, а на в. 9, който е свързан, говорите за отличителност за марките, което не е въпроса. Въпросът е коя част от словосъчетанието е определяща за завършен смисъл.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Сърце е отличителна. Ако игнорирате това, което я прави отличителна, тази част е използването на метафоата сърцето, но самото словосъчетание определя че няма завършеност.

АДВ. Х.: На стр. 21 аналитичното сходство, правите заключение, че и в двата случая думата сърце е стилистичен инструмент, който прави слоганите отличителни, а в отговора на в. 7 правите заключение, че изразът от трите думи „От сърцето на Р.“ няма сам за себе си завършен смисъл. Кое от двете приемате?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Едното е само за думата сърце, а другото е „от сърцето на“. То не е завършено и може да се добави всяка друга дума, граматически не е завършен. За мен акцентът е сърце в това словосъчетание.

АДВ. Х.: По отношение на репутацията на марката на Д. не виждам да сте споменали съдебна практика.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Задължително ли е да използвам? Най-вероятно има такава. Нямам въпрос да посочвам съдебна практика. Ако имам, ще изуча и ще представя, но по конкретното дело си правя моите заключения.

АДВ. Х.: Споменахте, че процесният слоган е на интернет страницата на Д., който е в конкретни цветове. В какви?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Бяло-синьо, синьо-бяло, контрастно е.

АДВ. Х.: Необходимо ли е да се направи анализ на степента и възможността за възприемане на потребителите на процесния слоган „В сърцето на Р.“ върху етикетите на най-масово използваните бутилки?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Делото не е за нарушение, то е за две марки, които са словни. Не мога да изследвам етикети. В конкретния случай марките трябва да се изследват така, както са заявени.

АДВ. П.: Изследвали ли сте обстоятелството дали фигуративната част от етикета представлява самостоятелна регистрация на името на Д.?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Самият Д. да, заедно с планината. Д. има доста марки регистрирани. Може и да съм изследвала.

СЪДЪТ намира така представеното заключение за обективно и обосновано, поради което

#### О П Р Е Д Е Л И:

ПРИЕМА заключението на вещото лице. Да се изплати на същото възнаграждение, съгласно внесения депозит. Издаде се РКО за първоначално определения депозит в размер на 400,00 лв.

ЗАДЪЛЖАВА жалбоподателят „Пирин Спринг“ АД да довнесе депозит, съгласно представената от вещото лице справка-декларация в размер на 910,00 лв., в 10-дневен срок, считано от днес, след което същият да бъде изплатен на вещото лице.

СТРАНИТЕ /поотделно/ – Нямаме искания.

СЪДЪТ по доказателствата,

#### О П Р Е Д Е Л И:

ПРИЕМА доказателствата по административната преписка.

СЪДЪТ намира делото за изяснено от фактическа страна и попълнено с необходимия доказателствен материал,

#### О П Р Е Д Е Л И:

#### ДАВА ХОД НА ДЕЛОТО ПО СЪЩЕСТВО

АДВ. П. – Моля да уважите депозираната жалба и да отмените атакуваното решение в частта с която депозираната опозиция е отхвърлена на основание чл. 12, ал. 3 ЗМГО, както и да отхвърлите жалбата от „Пирин Спринг“ АД в частта, с която се обжалва

решението по уважената част на опозицията по чл. 12, ал. 2 ЗМГО и да оставите решението в сила в тази му част. Претендирам разноски съгласно представен списък. Моля срок за писмени бележки.

АДВ. Х. – Моля да уважите жалбата на „Пирин Спринг“ АД срещу решение № 19/1/27.01.2023 г. на председателя на ПВ в частта по чл. 12, ал. 1, т. 2. ЗМГО, като отмените решението като неправилно. Моля да отхвърлите жалбата на „Девин“ ЕАД срещу същото решение по чл. 12, ал. 3 ЗМГО като неоснователно. Моля срок за писмени бележки и представям списък със съдебните разноски.

ЮРК. С. – Моля да оставите подадените жалби без уважение. Същите са неоснователни и недоказани и моля да оставите в сила решението на председателя на ПВ. Правя възражение за прекомерност на разноските на двамата жалбоподатели. Моля да се присъдят съответните юрисконсултски възнаграждения и моля срок за писмени бележки.

**СЪДЪТ ОБЯВИ, ЧЕ ЩЕ СЕ ПРОИЗНЕСЕ С РЕШЕНИЕ В СРОК.**

ДАВА на страните 10-дневен срок за писмени бележки.

Протоколът изготвен в съдебно заседание, което приключи в 14,29 ч.

СЪДИЯ:

СЕКРЕТАР: