

РЕШЕНИЕ

№ 15962

гр. София, 25.04.2026 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 23 състав, в публично заседание на 30.03.2026 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Антоанета Аргирова

при участието на секретаря Емилия Митова, като разгледа дело номер **1409** по описа за **2026** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.226 и сл. от Административно-процесуалния кодекс (АПК) във вр.чл.84, ал.1, във вр.чл.75, ал.12 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).

С Решение №1290/25.03.25 г., постановено по адм. д. №1631/2024 по описа на Административен съд София - град, АССГ, II о., 52-ри състав е отменил Решение №РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на председателя на Патентното ведомство, в частта, с която е отменено Решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, постановено по опозиция с вх. №BG/E/2016/1319541 от 29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. №135392 „ALDO“. Със същото решение е върнал преписката в тази част на органа за ново разглеждане и произнасяне, съобразно задължителните указания по приложението на материалния закон, дадени в мотивите към съдебното решение.

С Решение №1078/02.02.2026 г., постановено по адм. дело №6876/2025 г. по описа на Върховния административен съд, ВАС-VII о. е отменил първоинстанционното решение и е върнал делото за ново разглеждане от друг състав на АССГ. образувано под №1409/2026 г.

При новото разглеждане на делото от АССГ, образувано под №1409/2026 г., жалбоподателят Алди ГмбХ енд Ко.КГ, чрез пълномощника си адв. Е. М. поддържа жалбата и моли за уважаването ѝ.

Процесуалният представител се позовава на обстоятелството, че Три инстанции- отдел „Опозиции“, отдел „Спорове“ и АССГ при първоначалното разглеждане на делото са намерили, че съществува сходство между марките, което води до объркване на потребителя, тъй като потребителят не анализира марките в детайли, не ги сравнява буква по буква, а ги възприема в тяхната цялост. В случая сравняваните два знака са ALDI и ALDO- три еднакви букви, еднаква структура, еднакъв ритъм на звучене, като разликата е една буква. Потребителят влизал в супермаркет, ресторант, като днес практиката било абсолютно нормално големи вериги, супермаркети и ресторанти да предлагат продукти от своя т.н. генерична или собствена марка, така че абсолютно нормално било за един потребител, посещаващ супермаркет или ресторант да приеме, че се предлагала напитка или храна от марка, която е производна на неговата марка. Стоките класове 32 и 33 се за сходни на услуги от клас 43 – ресторантьорски услуги, както и на тези в клас 35, особено в настоящия случай, тъй като клас 35 покрива супермаркети - услуги за предлагане на храни. В случая марките били сходни в съществена степен; стоките и услугите- свързани, сходни; потребителските групи съвпадали; каналите на разпространение- идентични, поради което вероятността потребителят да приеме, че стоките и услугите произхождат от едно и също предприятие или икономически свързани помежду си предприятия била не само възможна, но и напълно обоснована. Заявява и искане за присъждане на направените пред АССГ и пред ВАС разноски. В определения от съда срок, адв. М. депозира писмени бележки, които поддържа наличието на висока степен на визуално и фонетично сходство между сравняваните марки, както и наличието на сходство между стоките в класове 32 и 33, и услугите в класове 35 и 43. Позовава се на приетото по делото заключение на вещото лице (ВЛ) при първоначалното разглеждане на делото и поддържа, че основанията за сходство между заявените стоки в класове 32 и 33, от една страна, и услугите в клас 35 от марка на ЕС №012749578, от друга страна били: наличието на тясна взаимосвързаност между тяхното естество и предназначение, наличието на допълващ характер между стоките и услугите, съвпадение в техните дистрибутори (търговски обекти и платформи), както и съвпадение в релевантната публика на стоките и услугите. Съществуващият допълващ характер и тясна взаимосвързаност водели до това, че потребителите можели да допуснат, че отговорността за производството на тези стоки или предоставянето на тези услуги се носела от едно и също предприятие. Самият магазин, предоставящ услуги за търговия на дребно, нямало как да извършва търговска дейност, ако не бил зареден с разнообразие от храни. Неизменна част от асортимента на всеки магазин били също и

алкохолните и безалкохолни напитки. По делото било установено и сходство между заявените стоки в класове 32 и 33, от една страна, и услугите в клас 43 „Ресторантьорство“ от марка на ЕС №012749578, от друга страна, като факторите, обосноваващи връзката между тези стоки и услуги били изяснени от приетото по делото заключение при първоначалното разглеждане на делото от първоинстанционния съд.

Ответникът- председател на ПВ се представлява от юрк. П., която оспорва жалбата и моли за отхвърлянето. Акцентира, че следва да бъде съобразен конкретния списък от стоки и услуги, като целта е да се запази обхват, който в най-голяма степен отговаря както на фактите, така и на приложимите правни норми. Заявява и искане за присъждането на разноски за всички инстанции. Поддържам и направеното в съдебното производство пред ВАС възражение за прекомерност на заплатеното от жалбоподателя адвокатско възнаграждение.

Заинтересованата страна (ЗС) TRANSCOMMERCE S.A. чрез процесуалния си представител адв. Ч. моли за отхвърлянето на жалбата и за присъждането на направените разноски за всички съдебни инстанции. Твърди, че поддържаното от пълномощника на жалбоподателя адв. М. становище е тенденциозно, тъй като класове 32 и 33 не случайно са различни класове- касаели храни. Вероятността потребител да обърка храна с напитка, била минимална чисто житейски. От друга страна каналите на дистрибуция били съществено различни и не можело да се твърди, че присъствието на сходни стоки в супермаркета за търговия на дребно може обърка потребител, който отива в ресторант. По този въпрос изцяло поддържа изложеното в писмени бележки пред АССГ и пред ВАС, като се присъединява и към становището на юрк. П.. Поддържа и направените искания за присъждане на разноски в предходните инстанции. В депозираните по делото писмени бележки сочи, че липсва на сходство както между сравняваните знаци, така и между процесните стоки и услуги. Систематично и концептуално било изключено да се приеме сходство между услугите за търговия на дребно с храни и напитки. Обстоятелството, че можело напитките да се предлагат на същите места, на които се предлагат и храни, на било достатъчно, за да се приеме, че между тях съществува сходство по смисъла на приложимата правна уредба и практиката на СЕС. Противното означавало неоснователно и недопустимо разширяване на обхвата на закрила на по-ранните марки извън обективно оправданите граници.

Административен съд София-град, намира следното от фактическа и правна страна:

Първоинстанционното съдебно производство е образувано на 15.02.2024 година по жалба от Алди ГмбХ енд Ко.КГ с адрес в Германия, чрез пълномощника си адв. Е. М. срещу Решение

№РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на председателя на Патентното ведомство, в частта му, с която на основание чл. 75, ал. 10, т. 6 от ЗМГО е отменено Решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, постановено по опозиция с вх. №BG/E/2016/1319541 от 29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. №135392 „ALDO“ по отношение на всички стоки в клас 32 и 33 на МКСУ и е върната преписката за продължаване на производството по заявка съгласно мотивите към същото решение. По жалбата е било образувано адм. д. №1631/2024 по описа на Административен съд София – град.

Решение №РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на председателя на Патентното ведомство в останалата му част – с която на основание чл. 75, ал. 10, т. 5 от ЗМГО е оставена без уважение жалбата срещу Решението от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, с което опозицията срещу регистрацията на марка с вх. № 135392 “ALDO”, комбинирана е уважена, като марката е отказана по отношение на всички стоки в клас 29 и 30 и услугите от клас 35, 39 и 43 на МКСУ- не е било оспорено в срок и е влязло в сила .

С Решение №1290/25.03.25 г., постановено по адм. д. №1631/2024 по описа на Административен съд София - град, АССГ, II о., 52-ри състав е отменил решението на на председателя на Патентното ведомство в оспорената му пред съда част и е върнал преписката в същата част на органа за ново разглеждане и произнасяне.

С Решение №1078/02.02.2026 г., постановено по адм. дело №6876/2025 г. по описа на Върховния административен съд, ВАС-VII о. е отменил първоинстанционното съдебно решение и е върнал делото за ново разглеждане от друг състав на АССГ. Приетото за осъществено касационно основание е за допуснати съществени нарушения на съдопроизводствените правила. Задължителните указания на ВАС (чл.224 АПК) са при новото разглеждане на делото от съда да бъдат обсъдени възраженията на ЗС в първоинстанционното производство TRANSCOMMERCE S.A. относно липсата на сходство между процесната и по-ранната марка, съответно за сходството между тях, както и относно вероятността за объркване на потребителите, включваща и възможност за свързване на процесната марка с по-ранната, т.е. две от кумулативните материални предпоставки, обуславящи приложимост на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО.

При съобразяване със задължителните указания на ВАС (чл.224 АПК), както с и чл. 226, ал.1 АПК, съгл. който първоинстанционният съд разглежда делото по общия ред, като производството започва от първото незаконосъобразно процесуално действие, послужило като основание за връщане на делото, АССГ-II о., 23-ти състав дължи излагане на надлежни мотиви относно

посочените от ВАС въпроси и обстоятелства, като е ненужно повтарянето на осъществената при първоначалното на разглеждане проверка по отношение на останалите обстоятелства, включени в предмета на доказване и съдебен контрол. В случая относно компетентността на органа, формата на акта, надлежно проведената процедура по издаването на оспореното административно решение, наличието на по-ранна марка. Вече установените в съдебното производство факти, в предмета на делото са следните:

-Подадена заявка от "АЛДО ХОЛДИНГ" ЕООД за регистрация марка с вх. № 135392 "ALDO", комбинирана, в частта за всички стоки в клас 32 и 33 на МКСУ. (Впоследствие, заявената марка е прехвърлена на TRANCOMMERCE S.A.)

Клас 32: „Аперативи, безалкохолни; безалкохолни напитки; безалкохолни плодови екстракти; сиропи за напитки; таблетки за пенливи напитки; прахове за пенливи напитки; безалкохолни плодови напитки; плодови сокове; плодови нектари [безалкохолни]; бадемово мляко [напитка]; бира; малцова бира; трапезни минерални води; води [напитки]; газирана вода; газирана минерална вода; суроватъчни напитки; гроздова мъст [неферментирала]; зеленчукови сокове [напитки]; доматиен сок [напитка]; есенции за приготвяне на напитки; шербети [напитки]. "

Клас 33: „алкохолни напитки [с изключение на бира]; алкохолни коктейли; алкохолни есенции; алкохолни екстракти; алкохолни напитки, съдържащи плодове; аперитиви; бренди; вино, включително газирано пенливо вино; вишновка; водка; ракия; ликьори; плодови екстракти с алкохол; ром; спиртни напитки; уиски. "

Библиографските данни за марката включват следното изображение:



-Подадена от Алди ГмбХ енд Ко.КГ по чл. 38б, ал. 1, т.1 от ЗМГО- отм., съответстващ чл. 52, ал. 1, т. 1 във връзка с чл. 12, ал.1, т. 2 от ЗМГО опозиция на основание притежаваната от него по-ранна марка ALDI, словна с №012749578, с дата на заявяване 31.03.2014 г. регистрирана на 14.07.2020 г., в частта на нейната закрила на

следните услуги:

-сътс заглавието на клас 35 „Реклама; Управление на търговски сделки; Търговска администрация; Административна дейност“, както и конкретно изброени категории услуги като „услуги за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни, препарати за пране, почистващи и почистващи препарати, средства за почистване, дезинфектанти, козметични изделия/средства за грижа за тялото“ и много други конкретно изброени продукти, както и услугите „функциониране на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини за търговия с намалени стоки за храни, перилни препарати, почистващи и почистващи продукти, почистващи продукти, дезинфектанти“ и много други подробно изброени стоки. Предвид заглавието по-ранна марка, тя се ползва със закрила за тези услуги от азбучния списък на класа, които очевидно попадат в обхвата, покрит от буквалното тълкуване на значението на термините, включени в нейната закрила.

- със заглавието на клас 43 „Ресторантьорство; Временно настаняване“ Предвид заглавието по-ранна марка, тя се ползва със закрила за тези услуги от азбучния списък на класа, които очевидно попадат в обхвата, покрит от буквалното тълкуване на значението на термините, включени в нейната закрила.

- Наличие на сходство между стоките от класове 32 и 33 на МКСУ, за които е заявена по-късната марка, и услугите от клас 35 на по-ранната марка, по-специално „Услуги за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни....; Функциониране на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини с намалени стоки за храни“, тъй като те се предлагат на едни и същи места и имат едни и същи потребителски кръгове.

- По-ранната марка на ЕС[ЕИК] ALDI е регистрирана и за хединга на клас 43. Съгласно обяснителните бележки към МКСУ клас 43 „Ресторантьорство и временно настаняване“ обхваща услуги, извършвани във връзка с приготвяне на храни или напитки за консумация, както и временно настаняване. Съгласно МКСУ ресторантьорството обхваща различни услуги, някои от които касаят стоките от класове 32 и 33 на МКСУ - например в клас 43 са посочени „обслужване на бар; отдаване под наем на автомати (диспенсери) за питейна вода; отдаване под наем на работи за приготвяне на напитки, приготвяне и доставка на храни и напитки; кетъринг; услуги на барчета; услуги на

закусвални; услуги на кафенета; услуги на ресторанти; услуги на столова“ и др. Ресторантьорството е бизнес и професионална дейност, свързана с предоставянето на храни и напитки на клиентите, като то обикновено се извършва в заведения като ресторанти, столове, кафенета, барове и други. Същото обхваща не само доставката, съхраняването, приготвянето и сервирането на храна и напитки, но и цялостната организация на обслужването, мениджмънта на персонала, маркетинга, финансовото управление, както и създаването на подходяща атмосфера за клиентите. То включва още : 1. доставка и съхраняване на храни и напитки; 2. меню и предлагане на храни и напитки; 3. Обслужване; 4. управление на заведенията; 5. маркетинг и реклама; 6. качество и безопасност на храните. Клас 32 обхваща безалкохолни напитки и други продукти като минерални води, плодови сокове, енергийни напитки, газирани напитки и други видове освежаващи напитки. Тези стоки обикновено се предлагат в ресторанти, кафенета и барове, но основната им употреба е да бъдат консумирани като напитки без алкохолно съдържание. В клас 33 са включени алкохолни напитки, като вино, бира, спиртни напитки (ракия, водка, уиски и т.н.), които също се предлагат в ресторантите, баровете и други заведения за обществено хранене. Те са част от напитките, които се сервират на клиенти, и често се комбинират с храна. По тези съображения е налице на сходство между стоките от класове 32 и 33 на МКСУ (безалкохолни и алкохолни напитки) и услугите по ресторантьорство от клас 43, тъй като те се предлагат на едни и същи места - ресторанти, барове, столове, закусвални и др. подобни заведения. Същевременно те са *взаимно допълващи се стоки и услуги*, тъй като предлагането на разнообразни алкохолни и безалкохолни напитки е важна част от цялостната услуга и обслужване в ресторантите и други подобни заведения за обществено хранене. Те се комбинират, за да създадат по-богато изживяване за клиентите и да удовлетворят различните им потребности и предпочитания.

Приложимият фактически състав в случая по чл.12, ал.2, т.1 от ЗМГО включва следните кумулативни предпоставки: 1. по-ранно право върху марка; 2. идентичност или сходство между стоките на заявената марка и услугите от класове 35 и 43 на по-ранната марка; 3. сходство между марките в конфликт; 4. вероятност за объркване на потребителите.

В съответствие със задължителните указания на ВАС, се дължи обсъждане на две от предпоставките от фактическия състав на приложимото правно основание на опозицията

(третата и четвъртата от посочените по-горе): идентичност или сходство между марките в конфликт и вероятност за объркване на потребителите. Независимо от това, съдът излага допълнителни съображения и по отношение на втората предпоставка. В тази връзка съдът сочи, че възражението на ЗС по делото за пълна липса на сходство между заявените стоки и противопоставените услуги на опонента е неоснователно. Действително услугите по търговия на дребно като цяло не се приемат за сходни на каквито и да е стоки, които могат да бъдат продадени на дребно. Те са различни по природа- услугите са нематериални, докато стоките са материални, като задоволяват различни потребности. Действително неправилно е позоваването на опозиционния състав на легалното определение на понятието храна, дадено в чл.2 от Регламент (ЕО) 178/2002 на Европейския парламент и на Съвета от 28 януари 2002 година за установяване на общите принципи и изисквания на законодателството в областта на храните, за създаване на Европейски орган за безопасност на храните и за определяне на процедури относно безопасността на храните“: „По смисъла на настоящия регламент „храни“ (или „хранителни продукти“) означава всяко вещество или продукт, независимо дали е преработен или не, частично преработен или непреработен, който е предназначен за или основателно се очаква да бъде приеман от хора. Понятието „храни“ включва напитки, дъвки и всякакви вещества, включително вода, които са умишлено вложени в храните по време на тяхното производство, приготвяне или обработка.“ Даденото в регламента определение, в съотв. с изрично предвиденото в него, е само и единствено във връзка с изпълнението на неговите цели, поради което и не намира приложение при сравнение между стоките и услугите по МКСУ.

Различен е и начинът на използване на стоките и услугите. Поради това те не са в конкуренция, нито са взаимно допълващи се. При определени условия, обаче, е възможно съществуването на сходство между услуги за търговия на дребно с конкретно изброени стоки и конкретни стоки, когато самите стоки представляват съществен фактор за осъществяване на услугите, който трябва да се вземе предвид. Връзката между сравняваните стоки безалкохолни напитки и бира (клас 32), алкохолни напитки (клас 33), от една страна, и физически или онлайн магазини за търговия на дребно (клас 35), от друга страна, произтича от идентичните места, на които стоките и услугите могат се предлагат-едни и същи магазини, като супермаркети, хранителни магазини, онлайн

платформи за търговия на дребно с храни. В същите магазини се предлага и самата услуга за търговия на дребно с храни (клас 35). Всеки магазин, за да извършва търговска дейност предлага разнообразие от храни, а алкохолните и безалкохолни напитки са също част от асортимента му. *В този смисъл те са взаимно допълващи се, но степента на сходство, според настоящия съдебен състав, е ниска.* Между стоките и услугите няма пряка и непосредствена причинна връзка. По подобни съображения, най-много ниска степен на сходство може да се приеме и между сравняваните стоки от класове 32 и 33 с услугите от клас 43: Ресторантьорство.

По отношение на третата изискуема кумулативна предпоставка- сходство между марките в конфликт, съдът излага следното:

По-ранната марка е словна, съставена е от един словен елемент, изписан с латински главни букви: **ALDI**.



Заявеният знак

е комбиниран. Съдържа един словен елемент, изписан също с латински главни букви ALDO. Словният елемент е изписан с масивни букви в червен цвят с бял контур и е поставен в центъра на тъмно син правоъгълник с червен контур, има светло жълта линия поставена успоредно под долната хоризонтална и до дясната вертикална страна на правоъгълника, която е почти незабележима.

Съгласно съдебната практика две марки са сходни, когато от гледна точка на релевантните потребители са частично идентични по отношение на един или повече релевантни аспекти- визуалното, фонетичното или смислово сходство на сравняваните знаци, като се вземат предвид по-специално и техните отличителни и доминиращи компоненти .

Ответникът по делото е приел, че визуално сравняваните знаци са сходни във висока степен. Същите споделяли идентична последователност на по-голямата част от буквите в състава на думите, а именно „ALD“; три от общо четири букви в състава на противопоставените марки са идентични, като освен това са разположени и на едни и същи места в началото на думите; разликата в последната буква „O“ при процесната марка и „I“ при по-ранната не можела да доведе до извод за по-ниско от констатираното

визуално сходство.

Жалбоподателят по делото оспорва този извод по съображения, че заявената от него марка е комбинирана, а противопоставената- словна. Доминиращият елемент не бил идентичен, поради разликата в окончанието.

По принцип при визуалното сравнение между словна и комбинирана марка от значение е броят на съвпадащите словни елементи и/или букви и това дали и каква част от тях са представени в идентична последователност. Вярно е, че заявената марка е комбинирана, но за да се преодолее напълно броят на съвпадащите букви тяхната идентична последователност е необходимо графичното представяне на словния елемент в комбинираната марка да е стилизирано във висока степен и/или да има оригинално художествено оформление, което прави трудно различимо, наличието на съвпадащи буквени знаци. Случаят не е такъв- словните елементи в комбинираната марка са ясно разпознаваеми, като са изписани с неоригинален шрифт. Неоснователно е и твърдението, че „ALD“ е доминиращ елемент в комбинираната марка. Същият не се отличава от окончанието „O“ в графичното му представяне, нито обуславя цялостното впечатление, което марката оставя у потребителите. П. марка няма доминиращ елемент. Отличителността на знака се носи от думата, от която марката е съставена, а именно ALDI. Доминиращ и отличителен елемент в заявената марка е словният елемент ALDO, но графичната част, според съда, внася визуално различие и няма само чисто декоративен характер, както е приел органът. Заявената марка съдържа цветове и фон под формата на правоъгълник. Тези елементи различават знаците, но това не е достатъчно да преодолее сходството между тях, дължащо се на съвпадащите буквени знаци. Поради комбинирания характер на заявената марка, обаче, сходството не е в много висока степен.

Фонетично сходство:

Процесната марка ALDO ще бъде произнасяна като „ал-до“, а словният елемент ALDI в по-ранната марка съответно като „ал-ди“.

Видно е, че произношението на знаците съвпада в идентичната последователност от четири звука „а, л и д“, в началото на знаците. Освен, че знаците имат една и съща звукова дължина, и двете марки се произнасят като две срички и имат сходен ритъм при произнасяне. Произношението обаче се различава по звука на последната буква -

съответно „о“ в заявената и „и“ в по-ранната марка. Гласна „о“ е твърд и широк звук в българския език, докато „и“ мек и тесен звук, но и двата звука се различават ясно при произнасяне, дори и да не са под ударение. В този смисъл съдът приема, че между сравняваните знаци съществува фонетично сходство, но то не е във висока степен. Това не е равнозначно на липса на фонетично сходство обаче, обратно на твърдението на жалбоподателя.

Смислово сходство между марките не е налице, тъй като словните елементи са фантазийни думи.

Отличителността на двете марки е нормална, тъй като не се свързва с характера на предлаганите стоки и услуги

Вероятността от объркване.

Вероятността за объркване на потребителите е възможност за свързване с по-ранна марка и създаването на погрешна представа за производителя или търговеца на стоките и/или услугите, т.е. опасност потребителите да вярват, че стоките и/или услугите са на същите или икономически свързани лица .

Преценката на вероятността за объркване е обща и се извършва въз основа на всички относими фактори по конкретния случай.

Общата оценка на вероятността от объркване във връзка с визуалното, фонетичното или смислово сходство на въпросните знаци трябва да се основава на цялостното впечатление, което тези знаци създават, като се вземат предвид по-специално техните отличителни и доминиращи компоненти . Възприемането на марките от средния потребител на въпросните стоки или услуги играе решаваща роля в глобалната оценка на тази вероятност. В това отношение средният потребител обикновено възприема марката като цяло и не се ангажира с анализ на различните ѝ детайли.

Общата оценка на вероятността от объркване предполага взаимозависимост между взетите предвид фактори и по-специално между сходството на марките и сходството на обхванатите стоки или услуги. Ниската степен на сходство между сравняваните стоки и услуги може бъде компенсирана от висока степен на сходство между марките и обратно.

В настоящия случай, като отчита констатираната ниска степен на сходство между сравняваните стоки безалкохолни напитки и бира (клас 32), алкохолни напитки (клас 33), от една страна, и физически или онлайн магазини за търговия на дребно (клас 35),

липсата на сходство в много висока степен между сравняваните словен и комбиниран знак, АССГ намира, че не е налице вероятност от объркване на потребителите. Ниската степен на сходство между сравняваните стоки с услуги не се компенсира от степента на сходство между противопоставените знаци.

Съдът отчита и че средният потребител се счита за сравнително добре информиран, умерено наблюдателен и внимателен при избора си на покупка, като не трябва да се забравя факта, че нивото на внимание се променя в зависимост от съответната категория стоки и/или услуги. Същевременно трябва да се държи сметка и за факта, че средният потребител не винаги има възможност за директно сравнение между марките, поради което трябва да се довери на несъвършеното изображение, запазило се в паметта му. АССГ обаче акцентира и върху това, че при избор на храна и напитки, съвременният среден потребител става все по-внимателен при избора си, с оглед нарастващия му стремеж към здравословен начин на живот. Най-сетне при установената фактическа обстановка, закрилата на услугите от класове 35 и 43 на по-ранната марка да обхване и напитките в класове 32 и 33 на заявената марка би представлявало необосновано и несправедливо разширяване на тази закрила.

В заключение съдът сочи, че четвъртата предпоставка от фактическия състав на приложеното основание по чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО- вероятност за объркване на потребителите не е доказана, поради което жалбата следва да бъде отхвърлена.

При този изход на спора и на основание чл.143, ал.3, ал.4 и чл.226, ал.3 от АПК, право на разноси имат ответникът и ЗС за всички съдебни инстанции дотук. Доказаните разноси на жалбоподателя са за заплатено адвокатско възнаграждение в размер 3520.50 лева при първоначалното разглеждане на делото от АССГ, като ЗС е възразила за прекомерност; 2717 лева в производството пред ВАС, за които не е направено възражение за прекомерност. Като съобразява, че процесуалният представител на ЗС е взел участие само в едно от проведените съдебни заседания по делото, както фактическа и правна сложност на спора, съдът намира, че справедливият и обоснован размер на възнаграждение е в размер на 2500 лева и го намалява до този размер. Общо съдът присъжда разноси в 5217 лева- 2667.41 евро. За осъществена на ответника защита от юрисконсулт, при съобразяване с минималния установен размер в чл.24 от Наредбата за заплащането на правната помощ, предмета на делото и проявената

активност, съдът определя възнаграждение в размер на 250 лева за всяка съдебна инстанция и присъжда общо 750 лева- 383.47 евро, съгл. чл.12 и чл.13 от ЗВЕРБ.

Воден от изложеното и на основание чл.172, ал.2, предл. 5-то, чл.143, ал.3 и ал.4 и чл.226, ал.3 от АПК, Административен съд - София град, II о., 23-ти състав

Р Е Ш И:

ОТХВЪРЛЯ жалбата от Алди ГмбХ енд Ко.КГ, Германия срещу Решение №РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на председателя на Патентното ведомство, в частта му, с която на основание чл. 75, ал. 10, т. 6 от ЗМГО е отменено Решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, постановено по опозиция с вх. №BG/E/2016/1319541 от 29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. №135392 „ALDO“ по отношение на всички стоки в клас 32 и 33 на МКСУ и е върната преписката за продължаване на производството по заявка.

ОСЪЖДА Алди ГмбХ енд Ко.КГ, Германия да заплати на Патентното ведомство на Република България сумата от 383.47 евро, юрисконсултско възнаграждение.

ОСЪЖДА Алди ГмбХ енд Ко.КГ, Германия да заплати на Т. С.А., дружество регистрирано съгласно законодателството на М. острови, рег. №55729/02.07.2012 г., със седалище и адрес на управление: Тръст К. Комплекс, А. Р., остров А. М., Р.М. острови МН96960 сумата от 2667.41 евро, разноски по делото.

Решението може да бъде обжалвано чрез Административен съд София-град пред Върховния административен съд на РБ в 14-дневен срок от съобщаването му на страните.

Решението да се съобщи на страните.

СЪДИЯ: