

# РЕШЕНИЕ

№ 1238

гр. София, 25.02.2022 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 37 състав,**  
в публично заседание на 25.01.2022 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Адриан Янев**

при участието на секретаря Кристина Алексиева, като разгледа дело номер **6973** по описа за **2021** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 – чл. 178 от Административнопроцесуалния кодекс (АПК), във връзка с чл. 84, ал. 1 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).

Образувано е по жалба на [фирма] срещу Решение № РС-129-(1) от 14.04.2021 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България, с което на основание чл. 76, ал. 7, т. 3 ЗМГО се заличава регистрацията на марка „BS B. S.“, с рег. № 105300, словна, за всички услуги от класове 35, 36 и 42 на МКСУ.

В жалбата се съдържат оплаквания за неправилен извод на административния орган, че услугите от клас 36 и 42 са допълващи и сходни с услугите от клас 35. Въвеждат се доводи за липсата на визуално сходство между марка „BS B. S.“, с рег. № 105300, словна и марка „G. B. S.“ с рег. № 101822, комбинирана. Според жалбоподателя липсва фонетично и смислово сходство между двете марки. В тази връзка се излагат доводи за липса на вероятност от объркване на потребителите.

Ответната страна председател на Патентно ведомство, чрез процесуалния си представител изразява становище за неоснователност на жалбата. В писмени бележки сочи за наличието на сходство между двете марки и стоките, за които са регистрирани, което води до вероятност за объркване на потребителя за произхода на стоките.

Заинтересованата страна [фирма] изразява становище за неоснователност на жалбата. Излагат се доводи за наличието на висока степен на визуално, смислово и фонетично сходство между двете марки. Счита, че е налице идентичност и сходство

между класовете, за които са регистрирани марките. Поддържа, че съществува вероятност за объркване на потребителите относно произхода на стоките.

Депозирани са писмени бележки от заинтересованата страна, с които изразява подробни доводи, че административният орган правилно е приложил чл. 12 ЗМГО.

Административен съд София - град, след като обсъди релевираните с жалбата основания, прецени становищата на страните и събраните по делото доказателства, намира за установено следното от фактическа страна:

От приложената библиографска справка (л. 104) към административната преписка се установява, че [фирма] притежава комбинирана марка „G. V. S.“ с рег. № 101822 от 17.05.2018 г., заявена на 17.06.2016 г., със срок на закрила 17.06.2026г. регистрирана за стоки/услуги от клас 35 на МКСУ: Реклама; управление и организиране на търговски сделки, търговска администрация; административна дейност; рекламни агенции; агенции за внос и износ; агенции за търговска информация; административно обработване на поръчки за клиенти; актуализиране и поддържане на данни в компютърна база данни; дизайн на рекламни материали; изготвяне на статистически данни; организиране на изложби, изложения, панаири и симпозиуми с търговска и рекламна цел; изследване на пазара; изследвания с търговска цел; икономическо прогнозиране; систематизиране на информация в компютърни база данни; събиране на информация в компютърни база данни; управление на компютърни файлове; представяне на стоки на дребно чрез комуникационни средства, с цел продажба; консултации в областта на организирането на търговията; предоставяне на търговска информация и консултации за потребители (търговска консултация в магазините); маркетинг; он – лайн реклама в компютърна мрежа; оптимизиране на търсещи системи; оптимизиране на уеб сайт – трафик; организиране на търгове; осигуряване на он – лайн пазар за покупко – продажба на стоки и услуги; отдаване под наем на рекламни съоръжения; отдаване под наем на рекламнo пространство и време; предоставяне на бизнес информация чрез уебсайт; представяне на стоки; публикуване на рекламни текстове; радиорекламирање; разпространение на мостри; рекламирање чрез телевизията; търсене в компютърни база данни (за трети лица); управление на бизнес проекти; услуги за търговия на едро и дребно във връзка с шивашки артикули, облекла, обувки и кройки за тях; он – лайн търговия на едро и дребно във връзка с шивашки артикули, облекла, обувки и кройки за тях; проучване на пазара; оказване на помощ при управление на търговски или промишлени организации; разпространение на рекламни материали; изготвяне на проучвания за бизнес проекти; разпространение на мостри; организиране на модни ревюта с търговска или рекламна цел; подреждане на витрини.

Към преписката е представено свидетелство за регистрация (л. 50), от което се установява, че [фирма] притежава словна марка „BS B. S.“ с рег. № 105300 от 24.04.2019 г., заявена на 10.08.2018 г., със срок на закрила 10.08.2028 г. регистрирана за стоки/услуги от клас 35, 36 и 42 на МКСУ, а именно:

- клас 35 от МКСУ: услуги за онлайн търговия на дребно, свързани с облекла; услуги по продажба на дребно, свързани с аксесоари за дрехи, поръчани по поща; услуги за поръчка по пощата при продажба на дребно на облекла; услуги за продажба на дребно, свързани с продажбата на облекла и аксесоари за облекла; услуги за продажба на дребно във връзка с аксесоари за облекло; услуги за търговия на едро във връзка с обувки; услуги за търговия на дребно във връзка с чанти; услуги за търговия на дребно във връзка с облекло; услуги за търговия на едро във връзка с облекло; услуги

за търговия на едро във връзка с платове; услуги за търговия на дребно във връзка с кувари; услуги за търговия на едро във връзка с кувари; услуги за търговия на едро във връзка с чанти; услуги за търговия на дребно във връзка със спортни артикули; услуги за електронна търговия, а именно осигуряване на информация за продукти чрез телекомуникационни мрежи за рекламни и търговски цели; услуги за търговия на дребно във връзка с обувки; реклама на стоки и услуги на онлайн търговци чрез онлайн справочник, с възможност за търсене; представяне на стоки и услуги; бизнес управление за магазини; услуги на магазин за продажба на дребно в сферата на облеклата; администрация на търговски сделки на магазини за продажба на дребно; услуги за търговия на едро във връзка с бижута; услуги за търговия на дребно във връзка с умни часовници; услуги за търговия на дребно във връзка с чанти; онлайн услуги за продажба на дребно във връзка с ръчни чанти; рекламни услуги за стимулиране на електронна търговия; услуги за продажба на дребно във връзка с домакинско електронно оборудване; услуги за търговия на дребно във връзка с електронни публикации с възможност за сваляне; услуги за бизнес управление, свързани с електронна търговия; услуги за електронно управление на стоки; услуги за излагане на търговски стоки; предоставяне на потребителска информация за стоки и услуги; рекламиране на стоки и услуги за трети лица; купуване на стоки и услуги за други предприятия; услуги за продажба на дребно, свързани с канцеларски стоки; услуги за маркетингови анализи, свързани с наличността на стоки; промотиране на стоки и услуги за други чрез уреждане на спонсори, които да препоръчват техните стоки и услуги в спортни състезания; предоставяне на пространство на уебсайтове за рекламиране на стоки и услуги; търговско управление при лицензиране на стоки и услуги за трети лица; услуги на манекени за рекламиране или насърчаване на продажбата на стоки; осигуряване на онлайн пазар за покупко-продажби на стоки и услуги; осигуряване на договори за покупка и продажба на стоки и услуги; рекламиране на стоки и услуги за други чрез световна компютърна мрежа; услуги, свързани с изготвяне на договори за закупуване и продаване на стоки; промоция на стоките и услугите на трети лица, като се уреди спонсорите да свържат стоките и услугите си с програми за награди; консултантски услуги, свързани със закупуването на стоки от името на трети лица; рекламиране на стоки и услуги за трети лица чрез предпочитана клиентска програма; уреждане на договори за покупко-продажба на стоки и услуги, за други; промотиране на стоки и услуги за трети лица чрез компютър и комуникационни мрежи; рекламиране на стоки и услуги за трети лица чрез реклами в интернет сайтове; съветнически и консултантски услуги във връзка със снабдяването със стоки за трети лица; рекламиране на продажбата на стоки и услуги за трети лица чрез рекламни мероприятия; услуги по наемане на подизпълнител от рода на организиране доставянето на стоки за трети лица; реклама на стоки и услуги на онлайн търговци чрез онлайн справочник, с възможност за търсене; рекламиране на стоки и услуги за трети лица чрез схема за карти за награждаване на лоялността; реклама на стоките и услугите на трети лица, чрез управлението на програми за поощрителни награди за лоялност; администриране на програми за поощрителни награди за насърчаване на продажбата на стоки и услуги за трети лица; насърчаване продажбите на стоки и услуги за трети лица чрез осигуряване на допълнителни точки при закупуване с кредитни карти; прилагане на програма за отстъпки, която позволява на участниците да получават отстъпки за стоки и услуги чрез използване на членска карта с отстъпка.

- клас 36 от МКСУ: събиране на плащания за стоки и услуги; финансови услуги, свързани с покупка и търговия със стоки за широко потребление; издаване на сертификати за подаръци, които могат да бъдат заменени за стоки или услуги; застрахователни услуги, свързани със защита на покупки, защита на цени и увеличена гаранция за стоки, закупени чрез кредитни карти.

- клас 42 от МКСУ: хостинг на електронно пространство за памет в интернет за реклама на стоки и услуги.

Административното производство пред Патентното ведомство е започнато с искане вх. № 70141360 от 23.03.2020 г. на [фирма], с което на основание чл. 36, ал. 3, т. 1, вр. чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО се иска заличаване на словна марка „BS B. S.“ с рег. № 105300 от 24.04.2019 г., за стоките/услугите от всички регистрирани класове 35, 36 и 42 на МКСУ. Искателят въвежда твърдения за наличието на сходство между двете марки и стоките, за които са регистрирани, което води до вероятност за объркване на потребителя за произхода на стоките.

Със заповед № 287/27.03.2020 г. на председателя на Патентно ведомство е назначен състав за разглеждане допустимостта на искането за заличаване на процесната марка, както и да изготви становище за вземане на решение.

С писмо № 15-17-90 (6) от 03.04.2020 г. на директора на „Правни дейности и спорове“ към Патентно ведомство е уведомено [фирма] за постъпилото искане, за което е дадена възможност за подаване на възражение. Дружеството – жалбоподател не се възползвало от правото си да подаде пред Патентно ведомство възражение срещу искането.

Изготвено е становище от състав по спорове, с което се предлага на административния орган да вземе решение за уважаване на искането, като се заличи марката за всички класове.

В тази връзка е постановено оспорваното Решение № РС-129-(1) от 14.04.2021 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България, с което на основание чл. 76, ал. 7, т. 3 ЗМГО се заличава регистрацията на марка „BS B. S.“, с рег. № 105300, словна, за всички услуги от класове 35, 36 и 42 на МКСУ.

В мотивите на акта са изложени доводи за идентичност и сходство на стоките/услугите по отношение на клас 35 на МКСУ. Прието е че, стоките/услугите от клас 36 и 42 са сходни с услугите от клас 35 на по – ранната марка. Органът е приел наличието на сходство във висока степен във фонетично, визуално и смислово отношение между двете марки. Посочва се, че словните елементите „G.” и „BS“ внасят известна отлика между знаците, но тя не е достатъчна предвид пълното съвпадение в два от трите словни елементи. Посочва се, че цветовото оформление е изцяло декоративно и елементът „BS“ се възприема от потребителите като абревиатура на останалите думи, поради което не се повлиява съществено във визуалното възприятие на знака. Посочва се, че марките в конфликт споделят едно и също смислово значение, като единствената разлика е в конкретизирането на мащаба (глобален при по – ранната марка). Изложени са доводи за наличието на вероятност от объркване на потребителя относно произхода на стоките/услугите.

В хода на съдебно заседание е изслушано основно и повторно заключение на съдебно – маркова експертиза.

В основното и повторното заключение се посочва, че част от услугите от клас 35 на МКСУ на по – ранната марка са идентични с част от услугите от клас 35 на МКСУ на атакуваната марка, а останалите услуги от същия клас на двете марки са сходни.

В основното и повторното заключение е отразено, че услугите от клас 42 на МКСУ не са сходни с услугите от клас 35 на МКСУ, тъй като се различават по своето естество и предназначение, т. е. не се предоставят на едни същи стопански обекти и не се предлагат на едни същи потребители.

В основното заключение е посочено, че услугите клас 36 на МКСУ са сходни в ниска степен с услугите от клас 35 на МКСУ. Услугите от клас 35 са свързани с рекламна дейност, управление на търговски сделки, административна дейност и т. н., а услугите от клас 36 са свързани с търговия на стоки, но те могат да бъдат допълващи, доколкото е възможно представянето им в един и същ търговски обект и да са насочени към едни и същи потребители.

Според повторното заключение е посочено, че услугите клас 36 на МКСУ не са сходни с услугите от клас 35 на МКСУ, до който извод експертът достига, като се посочва на изричното разделение на класовете на стоки/услуги.

В основното и повторното заключение е посочено, че словните елементи на по-ранната марка, а именно G. B. са изписани в тъмен цвят (тъмно син или черен), а думата S. е изписана с бледо розов цвят. Посочва се, че доминиращи елементи на по-ранната марка са G. B., а атакуваната марка не притежава такива. Счита, че общият словен елемент B. S. е с по-слабо изразен от нормалния отличителен характер, тъй като се възприема от потребителя като съдържащо информация за естеството и предназначението на част от услугите по клас 35 и клас 36 на МКСУ. Посочва се, че елементите BS и G. имат нормална степен на отличителност, тъй като не описват стоките и услугите.

В основното и повторното заключение се посочва, че двете марки са със средна степен на сходство в смислово и фонетично отношение. Налице е ниска степен на визуално сходство.

В основното заключение е отразено, че услугите от процесните класове са насочени към широк кръг потребители, както професионалисти, така и масовите потребители, поради което степента на внимание на потребителите се определя като средна и по-висока от средната.

Кредитират се двете заключения, тъй като са обосновани, подробни, еднопосочни и липсват обстоятелства, налагащи извод за тяхната неправилност. Единствено не се кредитира заключението на основното заключение в частта, с която се посочва, че услугите от клас 36 на МКСУ са сходни в ниска степен с услугите от клас 35 на МКСУ. В тази връзка се приема заключението на повторното заключение за липсата на сходство между регистрираните услуги от клас 35 и клас 36, но не по извода на експерта (базиран само на разделието на класовете), а по съображения, изложени по-долу.

При така установените факти, Административен съд София - град достига до следните правни изводи:

Жалбата е допустима, тъй като е насочена срещу подлежащ на оспорване на административен акт и подадена от лице, имащо правен интерес, доколкото решението е неблагоприятно за него.

Жалбата е подадена в двумесечния срок по [чл. 84, ал. 1 ЗМГО](#), доколкото актът е съобщен на 22.04.2021 г., а жалбата е подадена чрез административния орган на 21.06.2021 г.

Съгласно изискванията на [чл. 168, ал. 1 АПК](#), при служебния и цялостен съдебен контрол за законосъобразност, съдът извършва пълна проверка на обжалвания

административен акт относно валидността му, спазването на процесуалноправните и материалноправните разпоредби по издаването му и съобразен ли е с целта, която преследва законът, т. е. на всички основания, визирани в [чл. 146 АПК](#). При преценката си, съдът изхожда от правните и фактическите основания, посочени в оспорвания индивидуален административен акт, представената административна преписка и събраните по делото доказателства. При проверката на административния акт, съдът не е обвързан от основанията, въведени от оспорващия, нито от неговото искане.

Разгледана по същество, жалбата е основателна.

Обжалваното решение е издадено компетентният орган по чл. 76, ал. 8, вр. ал. 7, т. 3 ЗМГО, а именно председателят на Патентно ведомство.

Актът е надлежно мотивиран от фактическа и правна страна, като отговаря по форма на общите правила по [чл. 59, ал. 2 АПК](#). Налице са ясни и конкретни мотиви, както и разпоредителна част.

Не са допуснати нарушения на процесуалните правила.

При образуването на производство не са допуснати нарушения, доколкото искането по чл. 36, ал. 3, т. 1, вр. чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО за издаването на административния акт е направено от лице, имащо правен интерес, тъй като е сред лицата по чл. 36, ал. 5, т. 1 ЗМГО (от лицата по [чл. 52, ал. 1](#) – притежател на по – ранна марка, които не са упражнили правото си да подадат опозиция).

Не са допуснати нарушения за участие на страните в производството, като същите се възползвали от правото да изразяват становища и да представят доказателства, а органът е обсъдил всички възражения и искания на страните.

Налице е нарушение на материалния закон.

Административното производство е инициирано по искане на основание чл. 36, ал. 3, т. 1, вр. чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО, съгласно които регистрацията на марка се заличава, когато марката е регистрирана в противоречие на чл. 12, ал. 1 ЗМГО. От своя страна нормата на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО регламентира, като основание за заличаване на марката, нейната идентичност или сходство с по – ранна марка и идентичността или сходството на стоките или услугите на двете марки, поради което съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранната марка.

Текстът съдържа четири предпоставки за заличаване на регистрирана вече търговска марка: 1. Наличие на по-ранно право върху марка; 2. идентичност или сходство на стоките и услугите на двете марки; 3. идентичност или сходство между тази марка и по-ранно регистрираната; 4. посоченото следва да предполага вероятност за объркване на потребителите, включително и възможност за свързване с по-ранната марка.

Съгласно чл. 12, ал. 2, т. 1 ЗМГО по – ранна марка е тази с по-ранна дата на подаване на заявката или с по-ранен приоритет, регистрирана по реда на този закон. В настоящия случай по – ранна марка е притежаваната от [фирма] комбинирана марка „G. B. S.“ с рег. № 101822 от 17.05.2018 г., тъй като е заявена на 17.06.2016 г., което е преди заявката и регистрацията на словна „BS B. S.“ с рег. № 105300 от 24.04.2019 г., заявена на 10.08.2018 г.

Стоките и услугите, за които се регистрират марките, са групирани в класове, съгласно Международната класификация на стоки и услуги (МКСУ). Заглавията на класовете показват най – общо областта, към която принадлежат стоките и услугите.

Възможно е стоките и услугите от един клас да не сходни помежду си и обратно, стоките и услугите от различни класове да са сходни едни на други.

При преценката за сходство на услугите на двете марки следва да се вземат следните фактори (изброени неизчерпателно): произход, естество; предназначение; допълващи и спомагателни услуги; взаимозаменяеми и конкуриращи се услуги; начин на пазарна реализация; налична връзка помежду им и други.

Част от услугите от клас 35 на МКСУ на по – ранната марка са идентични с част от услугите от клас 35 на МКСУ на атакуваната марка, а останалите услуги от същия клас на двете марки са сходни. В тази връзка са двете заключения по допуснатите съдебно – маркови експертизи, а и това обстоятелство не се оспорва от дружеството - жалбоподател.

В случая услугите от класове 36 и 42 не са идентични и сходни с услугите от клас 35, за който е регистрирана по – ранната марка.

Клас 36 обхваща главно услуги, свързани с банкови и други финансови сделки, услуги за финансова оценка и застрахователна дейност. Клас 42 обхваща електронни услуги, при свързване на уебсайтове с интернет и тяхната поддръжка. Клас 35 обхваща главно услуги, включващи управление на търговски сделки, рекламна и маркетингова дейност, организация и администриране на търговско или промишлено предприятие.

Банковите, финансовите и застрахователните услуги от клас 36 и електронните услуги от клас 42 имат различно естество предназначение в сравнение с рекламните, маркетингови и административни услуги по клас 35. Следва да се посочи, че тяхното предназначение е различно, доколкото са насочени да удовлетворяват различни потребности на потребителите в различни сфери. В тази връзка може да се приеме, че не са и взаимозаменяеми или конкуриращи се услуги. Същите имат различен произход, доколкото се предлагат от различни стопански субекти. Възможността за предлагането на тези услуги в едни и същи търговски обекти не води до сходство помежду им, дори и в ниска степен. Това е така, тъй като важният фактор е тяхното предназначение, а не мястото на предлагането. Действително обсъжданите услуги са предназначени за масовия потребител (с изключение на електронните услуги хостинг и други подобни от клас 42, които са насочени към бизнес клиенти), но това не е определящо, тъй като услугите се отнасят в различни сфери на икономиката, т. е за различни потребителски нужди.

Съдът не споделя изводите на административния орган, че се касае за сходство на услугите между обсъжданите класове. Този извод е базиран само на един фактор (дали са допълващи или спомагателни) без да е взето предвид значението на останалите горепосочени фактори. Следва да се отбележи, че обсъжданите услуги не се употребяват съвместно или допълващо, тъй като едната не е необходима за използването на другата. Действително рекламни услуги от клас 35 спомагат за стопанската реализация на останалите услуги от класове 36 и 42, но това общо казано е свързано с повишаване на търсенето и не е условие за реализация на услугата на пазара.

Не е налице идентичност на марките, тъй като не се касае за пълно съвпадение (визуално, смислово и фонетично).

Оценката за сходство на марките налага да се извърши сравняване на същите във вида, в който са регистрирани. Съществено е да се държи сметка за сходството, а не за различията, защото то остава в паметта и се възстановява във въображението на потребителите. При сравнението потребителите възприемат марката като цяло и не

анализират детайлите. Следователно преценката на сходство между знаците не трябва да се базира само на отделни изолирани елементи, а на възприемането на сравняваните знаци в тяхната цялост. Общата преценка се извършва въз основа на визуално, фонетично и смислово сходство, като се имат предвид отличителните и доминиращи компоненти на марката.

Под „отличителен“ елемент се разбира този елемент в състава на марките, който в най - голяма степен служи за осъществяване на основната функция на марката – да отличава стоките и/или услугите на едно лице от тези на други лица. „Доминиращ“ елемент е този, който благодарение на графичното си представяне обуславя общото впечатление, което марката оставя у потребителите.

Доминиращи елементи на по – ранната марка са „G.“ и „B.“, тъй като са изписани в тъмен цвят (тъмно син или черен), при което се открояват и изпъкват от останалия елемент „S.“, изписан с бледо розов цвят. Следва да се отбележи, че атакуваната марка не притежава доминиращи елементи, доколкото е словна марка.

Общият словен елемент B. S. е със слабо изразен отличителен характер, тъй като представлява описателно понятие и се възприема от потребителя като съдържащо информация за естеството и предназначението на услугите. Елементите BS и G. имат нормална степен на отличителност на марките, тъй като не описват стоките и услугите (елементът G. има едновременно доминиращ и отличителен характер).

Налице е средна степен на фонетично сходство, тъй като имат общ словен елемент B. S., който е разположен в еднаква поредност, т. е. касае се за еднакви букви и звуци. Разликата се състои в елементите BS и G., които се различават при тяхното произнасяне.

Налице е средна степен на смислово сходство, тъй като S. в превод от английски на български език означава „магазин“, а елементът B. се превежда „търговски марки“. Това означава, че словосъчетанието B. S. се възприема от потребителите като място, на което се предлагат услуги. В същото време е налице „G.“ означава „световен/общ“, а елементът BS е абревиатура и няма конкретно значение.

Налице е визуално сходство в ниска степен, която оценка се основава на визуалното въздействие на марките. Основната и водещата разлика е в графичната част на „G. B.“, изписана в тъмен цвят (тъмно син или черен), а именно тази част изпъква и привлича по – силно внимание на потребителя.

Изводът за сходство се прави на база цялостното въздействие на марката и на дизайна - графичното /визуално/ сходство, смисловото сходство, сходството в похватите и начина на изобразяване на елементите, сходство в самия образен елемент, сходство в композиционното разположение на елементите. При сравняване на словна с комбинирана марка се преценява въздействието на образния елемент в състава на комбинираната марка. В тази връзка водещо е визуалното въздействие, което е в ниска степен на сходство заради графичната част на „G. B.“. В същото време е налице разлика в отличителните елементи BS и G., които са пряко свързват произхода на услугите. Това дава основание на съда, че е налице ниска степен на сходство между двете марки.

Съдът намира, че липсва вероятност за объркване на потребителите, включително и възможност за свързване с по - ранната марка. Потребителят няма навика да анализира марката в детайли, защото обичайно се фокусира върху отличителните и доминиращите елементи по – лесно, отколкото върху останалите елементи. Следва да се отбележи, че средният потребител е добре информиран и съобразителен при



вземане на решения за ползване на услуги, т. е. степента на внимание е средна към висока. Не без значение е обстоятелството, че услугите от клас 42 се предлагат на бизнес клиенти, което предполага високо внимание на тези потребители. Ниската степен на сходство на марките, цялостното впечатление на марките, както и липсата на сходство на част от услугите (за клас 35 са идентични и сходни) не биха могли да объркат потребителя за произхода на услугите.

В този смисъл не са налице условията за приложение на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО. Посоченото нарушение на материалния закон представлява самостоятелно основание за отмяна на оспорвания акт. Предвид изложеното и на основание чл. 172, ал. 2, предл. второ АПК оспорваното решение следва да се отмени, а преписката да се върне за ново произнасяне съгласно мотивите на съдебния акт.

#### **По разноските:**

С оглед изхода на делото и на основание чл. 143, ал. 1 АПК следва да се присъдят в полза на жалбоподателя направените от него разноски. С молба от 25.01.2022 г. (докладвана от деловодството след съдебно заседание, но депозирана по имейл 1 час преди заседанието) се прави искане за присъждане на разноски за адвокатски хонорар и депозит за вещо лице (липсва искане за държавната такса). Същата следва да се разгледа, въпреки че ответната страна не е запозната с нея в съдебно заседание, поради което ще са допустими съответните възражения, направени след съдебно заседание (в производство за изменение на съдебния акт в частта за разноските). Представен е договор за правна помощ, от който е видно заплащането в брой на 800 лева за адвокатски хонорар. Също така са направени разноски в размер на 600 лева за депозит за вещо лице, т. е. общият размер на претендираните разноските възлиза на 1400 лева, които следва да се присъдят в полза на оспорващата страна.

Предвид изложеното, съдът

### **РЕШИ:**

ОТМЕНЯ по жалба на [фирма], Решение № РС-129-(1) от 14.04.2021г. на председателя на Патентно ведомство на Република България.

ВРЪЩА административната преписка на административния орган за ново произнасяне в тримесечен срок, като се съобразят дадените разяснения в мотивите на съдебния акт.

ОСЪЖДА Патентно ведомство на Република България да заплати на [фирма] сумата в размер на 1 400 лева, представляваща направени разноски по делото.

Решението подлежи на обжалване пред Върховен административен съд на Република България в 14 – дневен срок от съобщаването му на страните.

Съдия: