

# РЕШЕНИЕ

№ 5951

гр. София, 11.10.2023 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 72 състав,**  
в публично заседание на 12.07.2023 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Мария Стоева**

при участието на секретаря Зорница Димитрова, като разгледа дело номер **597** по описа за **2023** 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 „А1 България“ ЕАД, чрез пълномощника адв. Д., срещу Решение № РС-141-[1] от 31.10.2022 г. на председателя на Патентното ведомство.

С оспорваното решение на основание чл. 75, ал. 10, т. 5 ЗМГО е оставена без уважение жалба с вх. № ВГ/Н/2019/156494-[15]/12.08.2021 г. срещу решение от 14.06.2021 г. на състав по опозиции, с което по опозиция с вх. № 70141805/30.03.2020 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 156494 - Х. Т., словна е постановен пълен отказ за регистрация на марката.

С жалбата се поддържа становище за незаконосъобразност на обжалваното решение. Сочи се, че решението на ПВ правилно е тълкувало кои елементи са доминиращи в по-ранната марка, като становището и на заявителя е, че това са образните елементи, доколкото те са посочени като ко-доминиращи. Жалбоподателят поддържа, че елементите TV и GO, разгледани в цялост, се ползват с изключително ниска отличителност за стоките и услугите, за които по-ранната марка е регистрирана. Изразява несъгласие с извода в решението, че словосъчетанието “TV GO”, в неговата цялост, притежава присъща отличителност, макар и по-ниска от нормалната такава, тъй като не указва ясно, директно и еднозначно никакви качества и/или характеристики на стоките и услугите от класове 9, 35, 38 и 42, за които е защитена по-ранната марка, като в тази връзка жалбоподателят твърди, че “TV GO” няма да се

възприеме от потребителите като словосъчетание поради изписването му ясно като две думи. Счита за погрешен извода на ПВ, че елементът GO не е указателен, което е самостоятелно основание за отмяна на решението. Сочил, че при анализа на отличителните и доминиращи елементи на марките има следните съществени разлики, като при анализа на заявената марка се вижда, че се състои от три елемента – X., TV и GO, доколкото в английския език не съществува дума T., като е нормално и очаквано потребителите да я разделят на познати думи TV и GO и да я произнесат като две думи. Отличителният елемент е X., който има специфичен начин на произнасяне, неправилно изписване от граматична гледна точка, елементът T. е с много ниска отличителност. Поддържа, че заявената марка е словна и теорията сочи, че поради това липсва доминиращ елемент, но смята, че потребителите ще запомнят и възприемат марката преди всичко по първия ѝ елемент – X.. Оспорват се аргументите на административния орган във връзка с фонетичното сходство на атакуваната марка с по-ранната. В тази връзка жалбоподателят поддържа твърдението, че общият елемент на марките е с ниска отличителност, като анализът трябва да се съсредоточи върху несъпадащите елементи. На отделно основание е посочено, че в решението не е извършен пълен анализ на броя на сричките, не е извършен пълен анализ на броя на съпадащите думи и на съпадащите букви, не са разгледани другите елементи, типични за фонетичния анализ, което дава основание за отмяна на решението. Според жалбоподателя изводът в оспореното решение, че е налице визуално сходство в средна степен, е неправилен, тъй като визуалното сходство е с много ниска степен и между двата знака има значителни отлики. Относно смисловото сходство жалбоподателят изразява несъгласие с направената в решението интерпретация, че думата “X.” не е способна да промени концептуалната представа, създавана от съвкупността от словните елементи “TV” и “GO”, който извод счита за необоснован. Сочил, че самият факт, че в решението и в настоящата жалба, както и в опозицията и в отговора ѝ, се води спор за точния превод на „X.“, е достатъчно доказателство за много силното семантично присъствие на думата в заявената марка, а оттам следва и изводът, че думата има значителна семантична тежест пред потребителите, което създава значителна отличителност на заявената марка от по-ранната. Поддържа, че анализът на знаците показва наличие на визуално, фонетично и смислово сходство в много ниска степен, като едновременно с това се отчита при анализа, че елементът TV не се ползва с отличителност, а елементът GO се ползва с много ниска отличителност и е описателен по своята същност. Допълнителният словен елемент от заявената марка внася сериозно и решаващо различие с по-ранната марка. Предвид горното жалбоподателят смята, че липсва възможност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранната марка, т.е., потребителите да могат да приемат, че тези стоки произхождат от едно и също или от икономически свързани лица. По изложените в жалбата съображения се прави искане за отмяна на оспореното решение на председателя на Патентното ведомство, съответно, преписката да бъде върната на административния орган с указания за постановяване на решение, с което подадената опозиция да бъде отхвърлена изцяло като неоснователна.

В съдебното заседание жалбоподателят не се представлява.

Ответникът – Председателят на Патентното ведомство (ПВ), оспорва жалбата като неоснователна, като представя писмено становище. В съдебно заседание се представлява от юрк. Б., която оспорва жалбата по изложените в отговора подробности съображения и прави искане за отхвърлянето ѝ, както и за присъждане на

юрисконсултско възнаграждение. Прави възражение за прекомерност на адвокатското възнаграждение на упълномощения от жалбоподателя адвокат.

Заинтересованата страна – „Виваком България“ ЕАД, с предишно наименование „Българска телекомуникационна компания“ АД, оспорва жалбата, като чрез процесуалния си представител поддържа, че същата е неоснователна и следва да бъде оставена без уважение.

Софийска градска прокуратура не се представлява в производството.

Съдът, като прецени събраните по делото доказателства, поотделно и в тяхната съвкупност, във връзка с доводите и твърденията на страните, приема за установено следното от фактическа страна:

Не е спорно между страните по делото, а и от представените писмени доказателства се установява, че заинтересованата страна е притежател на национална марка с рег. № 94685, TV GO, комбинирана, заявена на 18.06.2015г., регистрирана на 23.08.2016 г. за стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42 на МКСУ. Марката е със срок на закрила до 18.06.2025 г.

Библиографските данни за марката съдържат следното изображение на знака:



Процесната марка с вх. № 156494 – Х. Т., словна е заявена от жалбоподателя „А1 България“ ЕАД на 03.10.2019 г. за стоки и услуги от класове 9, 16, 35, 38, 41 и 42 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ), а именно клас 9: „научни, изследователски, навигационни, геодезични, фотографски, кинематографични, аудиовизуални, оптични, теглилни, измервателни, откриващи, тестващи, проверяващи, животоспасяващи и учебни апарати и уреди; апарати и уреди за провеждане, комутиране, трансформиране, акумулиране, регулиране и управление на разпространението и управлението на електричество; апарати и уреди за записване, предаване, възпроизвеждане или преработване на звук, образ или данни; записана и с възможност за сваляне информация, компютърен софтуер, празни цифрови или дигитални носители за запис и съхранение; механизми за монетни апарати; касови апарати, изчислителни устройства; компютри и периферни компютърни устройства; костюми за гмуркане, водолазни маски, тапи за уши за водолази, щипки за нос за водолази и плувци, ръкавици за водолази, апарати за дишане при подводно плуване; пожарогасители“; клас 16: „ хартия и картон; печатни произведения; материали за подвързване на книги; фотографии; канцеларски принадлежности и канцеларско оборудване, с изключение на мебели; канцеларски лепила и лепила за домашни цели; материали за рисуване и чертане; четки за рисуване; учебни материали; пластмасови листа, фолио и торби за опаковане и пакетиране; печатарски букви, клишета; клас 35: „реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност“; клас 38: „телекомуникации“; клас 42: „научни и технологически услуги и свързани с тях изследователски и проектантски услуги; промишлени анализи и проучвания; проектиране и разработване на

компютърен софтуер и хардуер“.

Установява се, че производството пред административния орган е започнало по депозирана от „Българска телекомуникационна компания“ ЕАД опозиция с вх. № 70141805 от 30.03.2020 г. срещу регистрацията на национална марка “Х. Т.” с вх. № 156494/03.10.2019 г., словна, на името на „А1 България“ ЕАД за стоки и услуги от класове 9, 16, 35, 38, 41 и 42 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ). С опозицията е противопоставена по-ранна национална марка с рег. № 94685, TV GO, комбинирана, заявена на 18.06.2015 г., регистрирана на 23.08.2016 г. за стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42 на МКСУ. Опозицията е насочена към всички стоки и услуги от изброените по-долу класове, за които е регистрирана по-ранната марка: Клас 9: „научни, изследователски, навигационни, геодезични, фотографски, кинематографични, аудиовизуални, оптични, теглилни, измервателни, откриващи, тестващи, проверяващи, животоспасяващи и учебни апарати и уреди; апарати и уреди за провеждане, комутиране, трансформиране, акумулиране, регулиране и управление на разпространението и управлението на електричество; апарати и уреди за записване, предаване, възпроизвеждане или преработване на звук, образ или данни; записана и с възможност за сваляне информация, компютърен софтуер, празни цифрови или дигитални носители за запис и съхранение; механизми за монетни апарати; касови апарати, изчислителни устройства; компютри и периферни компютърни устройства; костюми за гмуркане, водолазни маски, тапи за уши за водолази, щипки за нос за водолази и плувци, ръкавици за водолази, апарати за дишане при подводно плуване; пожарогасители“. Клас 35: „реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност“. Клас 38: „телекомуникации“. Клас 42: научни и технологически услуги и свързани с тях изследователски и проектантски услуги; промишлени анализи и проучвания; проектиране и разработване на компютърен софтуер и хардуер“.

В опозицията се поддържа, че е налице сходство между заявената и по-ранната марка във фонетично, визуално и смислово отношение, идентичност и сходство между конфликтните стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42, за които марките се отнасят, като се прави извод за наличие на вероятност за непряко объркване по смисъла на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО. Искане за регистрацията на процесната марка да бъде отказана за всички стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42, за които е заявена.

За разглеждане на опозицията със Заповед № 327/03.04.2020 г. на председателя на ПВ е назначен състав, като е разпоредено съставът да уведоми лицата по чл. 54 ЗМГО в тридневен срок от постъпване на опозицията и да извърши проверка за допустимост в седемдневен срок от изтичането на срока по чл. 52, ал. 1 ЗМГО, както и да изготви решение по опозицията.

Заявителят на марката е уведомен за подадената опозиция срещу регистрацията на горесцитираната марка по реда на чл. 54, ал. 1 ЗМГО на 13.04.2020 г. /л. 127 по делото/.

С уведомление по чл.57, ал.1 ЗМГО на страните е предоставен 3-месечен срок за постигане на споразумение. В законоустановения срок не е

депозирано споразумение от страните, като на заявителя на марката, обект на опозицията, е дадена възможност съгласно чл.57, ал.4 ЗМГО да предостави отговор по подадената опозиция и представените доказателства. Уведомлението по чл.57, ал.4 ЗМГО е получено от заявителя на 03.11.2020г., видно от представеното известие за доставяне.

Не се спори, че в предоставения му срок заявителят е изразил становище по подадената опозиция, като я оспорва.

С решение от 14.06.2021 г. на основание чл. 57, ал. 9, т. 2 ЗМГО във връзка с § 5, ал. 1 от ПЗР на ЗМГО опозиционният състав е отказал регистрацията на марка "X. T.", словна, вх. № 156494 от 03.10.2019 г. за всички стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42, за които е заявена.

За да постанови това решение, опозиционният състав е приел, че между стоките от клас 9 на марките в конфликт е налице идентичност или най-малко висока степен на сходство, а между услугите от класове 35, 38 и 42 е налице идентичност. При анализа на знаците е формирал преценка за наличие на визуално сходство от средна степен, фонетично сходство, надвишаващо средна степен, и смислово сходство от висока степен. В обобщение на всичко изложено е приел, че съществува вероятност за объркване на потребителите, водеща до възможност за свързване с по-ранната марка, т.е., вероятност потребителите да приемат, че стоките и услугите произхождат от едно и също или от икономически свързани лица.

При проверката за наличие на фонетично, визуално и смислово сходство между марките съставът приема, че между марките е налице визуално сходство, обусловено от факта, че процесната марка включва изцяло словните елементи "TV" и "GO" на по-ранната марка, разположени в същата последователност и долепени един до друг, като при сравнението на словна с комбинирана марка е обърнато внимание на словния елемент в състава на комбинираната марка. Между словния елемент "X." от състава на процесната марка и словните елементи на по-ранната марка "TV GO" не е открито визуално сходство, доколкото те не споделят еднакви или сходни последователности от букви. В заключение съставът е приел, че при разглеждане на сравняваните марки в тяхната цялост е налице визуално сходство от средна степен.

Съставът е приел, че звученето на по-ранната марка е включено изцяло в това на процесната марка, като указва значително влияние върху цялостния ритъм и мелодика на произнасянето ѝ. Първата дума от състава на процесната марка „X.“ внася фонетично различие в звученето ѝ, но то не е достатъчно, за да надделее над /или да обезличи/ идентичността на звучене на останалите ѝ три срички [ти ви гоу] с това на по-ранната марка. При тези изводи съставът е намерил, че е налице фонетично сходство от степен, която е над средната такава.

По отношение на смисловото сходство съставът е приел, че словният елемент "TV" от състава на по-ранната марка е широко използвана абревиатура на думата "television" (от англ. ез. „телевизия“). Другият словен елемент на по-ранната марка – "GO" е приет като много използван глагол от английски език, който има множество значения, в зависимост от контекста на употреба, сред които „вървя“; „ходя“; „тръгвам“; „движа се/в движение съм“; „работя/в

действие съм (за механизъм)“. Направен е извод, че буквата „О“ в словния елемент “GO” на по-ранната комбинирана марка, съдържаща вписан в нея триъгълник, наподобява бутон на дистанционно управление, който служи за пускане на устройството, управлявано от него, като от концептуална гледна точка по-ранната марка, разглеждана в нейната цялост, би могла да се асоциира с идеята за включване/пускане на телевизор, изложена по нетрадиционен/нестандартен начин.

В състава на процесната марка думата „X.“ е прието, че се явява неправилното и модернизирано изписване на думата “explore“ се възприема със значение „изследвам; изучавам; проучвам“, като не само, че не е способна да промени концептуалната представа, създавана от словните елементи „TV“ и „GO“- “T.“, а на практика се отнася до нея и я допълва, подтиквайки потребителите да изследват/изучават/проучват това, което им предлага телевизията.

Направен е извод за висока степен на смислово сходство между сравняваните марки.

По отношение на отличителността на словосъчетанието „TV GO“ в неговата цялост се установява, че притежава присъща отличителност, макар и в по-ниска степен от нормалната такава, тъй като е нетрадиционно и не указва ясно, директно и еднозначно никакви качества и/или характеристики на стоките и услугите от класове 9, 35, 38 и 42, за които е защитена по-ранната марка.

Съставът е приел, че думата „X.“ не се свързва директно и еднозначно със стоките и услугите от класове 9, 35 и 38, но указва предназначението или най-малко асоциативно се свързва с услугите от клас 42, имащи отношение към изследване, проектиране, анализиране, проучване, проектиране и разработване, поради което е лишена от отличителност по отношение на тях.

При извършената преценка на вероятността за объркване и въз основа на формираните изводи, че стоките от клас 9 са идентични или най-малко сходни във висока степен, а услугите от класове 35, 38 и 42 са идентични, както и че между сравняваните марки е налице визуално, фонетично и смислово сходство, обусловени от факта, че те споделят словните елементи „TV“ и “GO“, възприемащи се като словосъчетание TV GO/T., съставът е приел, че съществува вероятност за непряко объркване на потребителите (вероятност за асоцииране), т.е., възможно е потребителите да приемат, че стоките и услугите произхождат от едно и също или икономически свързани лица.

Установеното от фактическа и правна страна е довело до извод на състава по опозиции, че кумулативният фактически състав на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО е изпълнен, респ. опозицията е основателна и въз основа на горното е отказал регистрацията на марката “X. T.“, словна, с вх. № 156494/03.10.2019 за всички стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42, за които е заявена.

Това решение е оспорено от заявителя с жалба с вх. № BG/N/2019/156494-[15]/12.08.2021 г.

Със заповед № 3-838/13.08.2021 г. на председателя на ПВ на основание чл. 69 ЗМГО е определен състав по спорове, който да изготви становище за вземане на решение по жалбата. На основание чл. 69, ал. 3 ЗМГО съставът по спорове изразява становище, че жалбата срещу решение от 14.06.2020 г., с

което опозиция с вх. № 70141805/30.03.2020 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 156494 „Х. Т.“, словна е приета за основателна, следва да се остави без уважение и регистрацията на процесната марка следва да бъде отказана по отношение на всички стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42 на МКСУ, за които се търси закрила. Изложени са мотиви, че са изпълнени всички кумулативно изискуеми елементи на фактическия състав на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО.

Производството пред ПВ е приключило с издаване на оспореното Решение № РС-141-[1] от 31.10.2022 г. на председателя на Патентното ведомство, с което жалбата е оставена без уважение.

Други доказателства, установяващи релевантни за спора факти, не са ангажирани по делото.

При така установеното по делото от фактическа страна съдът формира следните правни изводи:

Жалбата е процесуално допустима като подадена срещу административен акт, подлежащ на съдебен контрол за законосъобразност съобразно чл. 84, ал. 1 ЗМГО, в преклузивния срок за оспорване на акта и от страна с правен интерес.

Разгледана по същество, жалбата е неоснователна, като съображенията за това са следните:

Според чл. 146 вр. чл. 168 АПК съдът следва да провери издаден ли е актът от компетентен орган и в предписаната от закона форма, спазени ли са материалноправните разпоредби и административнопроизводствените правила и съобразен ли е актът с целта на закона.

Оспореното Решение № РС-141-[1] от 31.10.2022 г. на председателя на Патентното ведомство е постановено от компетентен орган, в кръга на правомощията му съгласно чл.75, ал.12 ЗМГО.

Актът е в предписаната от закона форма и е спазена предвидената в закона процедура. Изложени са аргументи в подкрепа на изводите, представените от страните доказателства са ценени правилно. Оспореното решение е обосновано. При издаването на акта не са допуснати нарушения на административнопроизводствените правила, установени в чл. 75, ал. 1 - ал. 10 ЗМГО, които бъдат определени като съществени и да мотивират неговата отмяна. Освен това, съдът споделя разбирането, че нарушението на административнопроизводствените правила е съществено само тогава, когато е повлияло или е могло да повлияе върху крайното решение по същество на административния орган.

По тези съображения съдът приема, че не са налице съществени нарушения на административнопроизводствените правила, водещи до отмяна на решението на процесуално основание, поради което следва да се извърши проверка за съответствието на акта с материалния закон – чл. 146, т. 4 АПК.

Съгласно разпоредбата на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО при подадена опозиция съгласно чл. 52 не се регистрира марка, когато поради нейната идентичност или сходство с по-ранна марка и идентичността или сходството на стоките или услугите на двете марки съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранната марка. Определение за по-ранна марка е дадено в разпоредбата на чл. 12, ал. 2

ЗМГО. От анализа на цитираните норми следва извод, че в производството по опозиция е необходимо да бъде установено кумулативното наличие на следните предпоставки: по-ранно право върху марка по смисъла на чл. 12, ал. 2 ЗМГО; идентичност или сходство на сравняваните знаци; идентичност и/или сходство на стоките и/или услугите на заявената и на по-ранната марка; идентичността или сходството на марките и съответно на стоките и/или услугите да създава вероятност за объркване на потребителите, включително за свързване с по-ранния знак.

По делото не е спорно, а и при сравнението между датата на заявяване на атакуваната марка – 03.10.2019 г., и датата на заявяване на по-ранната противопоставена марка – 18.06.2015 г., се установява, че в полза на опонента е налице по-ранно право върху марка.

Спорен по делото е въпросът идентични/сходни ли са сравняваните знаци и заедно с това идентични и/или сходни ли са стоките и услугите, за които е регистрирана по-ранната марка, с тези, за които е заявена процесната до степен на вероятност за объркване на потребителите, което включва възможност за свързване с по-ранната марка.

Относно сходството на стоките и услугите.

Релевантни фактори при сравняване на стоките и/или услугите са тяхното естество, предназначение, фактът дали са допълващи се или взаимозаменяеми и др. (Решение на СЕС, С-39/97 „С.“, §23). При това идентични са стоките и/или услугите, които са описани с еднакви термини или със синоними. Идентичност е налице и когато стоките/услугите на по-ранната марка са посочени чрез заглавието (хединга) на класа от Международната класификация или обобщена категория стоки/услуги, включваща конкретно посочени стоки/услуги на заявената марка от същия клас. Обратно, когато обект на закрила на по-ранния знак са точно посочени стоки/услуги, а заявените с процесната марка стоки/услуги са обозначени чрез заглавието на класа или обобщена категория, то идентичност ще е налице само по отношение на конкретната стока, а останалите заявени стоки/услуги следва да бъдат преценявани за степента на сходство.

При подаване на заявката за регистрация на по-ранната марка опонентът е посочил заглавията (хедингите) на класове 9, 35, 38 и 42 на МКСУ, като изрично е декларирал неговите намерения да обхване всички стоки и услуги от класове 9, 35, 38 и 42, включени в азбучните списъци на тези класове съгласно МКСУ.

При сравнение на стоките от клас 9 следва да се посочи, че списъкът със стоки, за които е регистрирана по-ранната марка на опонента, включва пълния списък от стоки, попадащи в клас 9 съгласно МКСУ. От своя страна, процесната марка е заявена за всички общи категории стоки, формиращи заглавието (хединга) на клас 9 съгласно МКСУ. Поради посочването им с идентични или синонимни термини и предвид принципа, съобразно който тогава, когато стоките или услугите на по-ранната марка са обхванати от общо означение или широка категория, използвана в оспорваната марка, тези стоки/услуги се считат за идентични, тъй като административният орган не следва служебно да определя стоките или услугите, които се покриват от по-общите означения в класовете на по-ранния или атакувания знак, между



сравняваните стоки от клас 9 на марките в конфликт съществуват идентичност, поради факта, че са назовани с идентични или синонимни термини, или се отнасят като част към цяло.

По отношение на услугите от клас 35: Услугите „реклама“ са посочени с идентични термини в клас 35 на атакуваната и по-ранната марка, поради които са идентични. При заявяването на по-ранната марка е посочено заглавието (хединга) на клас 35 от МКСУ – „реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност“, като изрично е декларирано намерение от страна на опонента да бъдат обхванати всички услуги, включени в азбучния списък на този клас. Атакуваната марка, от своя страна, е заявена за услугите „реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност“ от клас 35 на МКСУ. Между тях и услугите от клас 35 на по-ранната марка е налице идентичност, тъй като всички конкретно изброени услуги от клас 35 на по-ранната марка попадат в общите категории услуги, за които е заявена процесната марка.

По естеството си услугите от клас 38, за които е регистрирана по-ранната марка - „безжични предавания, емисии; далекосъобщителна маршрутизация и свързване; доставка на телекомуникационни връзки с глобална компютърна мрежа; електронна поща; електронни бюлетини [телекомуникационни услуги]; изпращане на съобщения; информационни услуги в областта на телекомуникациите; комуникации чрез клетъчни телефони; комуникации чрез компютърни терминали; комуникации чрез телеграми; комуникации чрез телефон; комуникации чрез фиброоптични мрежи; онлайн предаване на поздравителни картички; осигуряване на достъп до бази данни; осигуряване на онлайн форуми; отдаване под наем на апаратура за предаване на съобщения; отдаване под наем на достъп до глобални компютърни мрежи; отдаване под наем на модеми; отдаване под наем на телекомуникационно оборудване; отдаване под наем на телефони; отдаване под наем на факсимилна апаратура; предаване на съобщения и образи с помощта на компютри; предаване на телеграми; предаване на факсимилета; предаване на цифрови файлове; предаване по сателит; предавания, емисии по кабелна телевизия; предоставяне на достъп до глобална компютърна мрежа; предоставяне на достъп до форуми за разговори в интернет (чатрум); предоставяне на телекомуникационни канали за представяне на стоки по телевизия с цел продажба (телешопинг); радиокомуникации; радиопредавания, радиоемисии; служби за свързка чрез сигнали [радио, телефон или други средства за електронна комуникация]; стрийминг на данни; телевизионни предавания, емисии; телеграфни услуги; телеграфно обслужване; телеконферентни услуги; телексни услуги; телефонни услуги; услуги за видеоконферентни връзки; услуги, свързани с гласова поща“, са различни видове телекомуникационни услуги, информационни услуги в областта на телекомуникациите, както и услуги по отдаване под наем на телекомуникационно оборудване. Всички тези услуги попадат в общата категория услуги „телекомуникации“ от клас 38 на процесната марка, поради което и между тях е налице идентичност.

Относно услугите от клас 42. Услугите от клас 42 на по-ранната марка: „анализ на вода; анализ на компютърни системи; анализ с цел експлоатация на

нефтени находища; бактериологични изследвания; биологични изследвания; външно архивиране на данни; възстановяване на компютърни данни; вътрешно обзавеждане; геоложки експертизи; геоложки изследвания; геоложки проучвания; градоустройствено планиране; графичен дизайн; графологични анализи; дизайн на облекла; дизайн на опаковки; дистанционен мониторинг на компютърни системи; електронно съхранение на данни; енергиен одит; земемерство; изпитване на материали; изпитване на текстил; изследване на петролни кладенци; изследвания в областта на козметиката; изследвания в областта на механиката; изследвания в областта на физиката инженеринг; изчисления в облак; инсталиране на компютърен софтуер; информационни услуги в областта на метеорологията; картографиране; качествен контрол; клинични изпитвания; компютърни софтуерни консултации; компютърно програмиране; конвертиране на данни или документи от физически на електронен носител; конвертиране на компютърни програми и данни [не физическо конвертиране]; консултантски услуги в областта на спестяване на енергия; консултантски услуги в областта на информационни технологии (ит); консултантски услуги в областта на компютърните технологии; консултантски услуги в областта на създаването и проектирането на компютърния хардуер; консултантски услуги по дизайн на уебсайтове; консултации в областта на архитектурата; метеорологично прогнозиране; научни изследвания; осигуряване на средства за търсене в интернет; осъвременяване на софтуер; отдаване под наем на компютри; отдаване под наем на компютърен софтуер; отдаване под наем на уеб сървъри; оценяване на качеството на вълна; оценяване на качеството на дървения материал в гора; подводни изследвания; поддръжка на компютърен софтуер; предизвикване на валежи; предоставяне на информация за компютърни технологии и програмиране чрез уеб сайт; предоставяне на научна информация и консултации, свързани с намаляване на парниковите газове; предоставяне на пространство за уебстраници; презапис на компютърни програми; проверяване на измервателни инструменти; проектиране на компютърен софтуер; проектиране на компютърни системи; промишлен дизайн; проучване и разработване на нови продукти за трети лица; проучване на петролни находища; проучване на технически проекти; проучвания, свързани с опазване на околната среда; софтуер като услуги; стилистика [промишлен дизайн]; строително проектиране; създаване и поддръжане на уеб страници за трети лица; сървър хостинг; технически изследвания; технически контрол на превозни средства; технически надзор; технологични консултантски услуги; технологични консултантски услуги в областта на телекомуникациите; търсене на нефт; услуги в областта на химията; услуги за защита от компютърни вируси; услуги на архитекти; услуги на научни лаборатории; услуги на подизпълнители в областта на информационните технологии; установяване на автентичността на произведения на изкуството; химически анализ; химически изследвания; цифровизация на документи [сканиране]“, по естество си са услуги, извършвани от лица във връзка с теоретичните или практическите аспекти в сложни области на човешката дейност, например, услуги на научни лаборатории, инженеринг, компютърно програмиране, услуги на архитекти или интериорен дизайн и др., и като

такива, те попадат в общите категории услуги „научни и технологически услуги и свързани с тях изследователски и проектантски услуги; промишлени анализи и проучвания; проектиране и разработване на компютърен софтуер и хардуер“ от клас 42 на атакуваната марка. Следователно, налага се изводът, че същите следва да бъдат считани за идентични.

По отношение на сходството на марките следва да се отбележи, че преценката за наличие или липса на сходство на сравняваните знаци следва да се извърши след съпоставка на тяхното визуално, фонетично и смислово сходство и като се отчита въздействието на съществените елементи, които придават отличителния характер на марките. При сравняване на комбинирана със словна марка (какъвто е настоящият случай) съпоставката за визуално, фонетично и смислово сходство се извършва между словните елементи. Това следва както от разширената защита на словните марки, които се смятат защитени във всички шрифтове, цветове и начини на изписване, така и от възможността за вариативно използване на комбинираната марка само чрез отличителните ѝ елементи – аргумент от чл.21, ал.3, т.1 ЗМГО.

Атакуваната марка е словна. Представлява комбинация от думите, изписани с главни и малки букви по следния начин: „X. T.“. При атакуваната марка няма доминиращ елемент поради словния ѝ характер.

По-ранната марка национална марка рег. № 94685 е комбинирана. Състои се от словосъчетанието „TV GO“, където TV е представено в бял цвят в средата на оранжев правоъгълник, а буквата „O“ от „GO“ има изобразена стрелка, представляваща триъгълник, сочещ надясно. При по-ранната марка не може да бъде посочен елемент, който да доминира над останалите, с оглед тяхното графично представяне и големина. При това положение словните елементи „TV“ и „GO“ в състава на по-ранната марка следва да се считат за кодоминиращи.

Думата „X.“ със значение „изследвам, изучавам, проучвам“ при атакуваната марка е лишена от отличителност по отношение на услугите от клас 42, свързани с изследване, проектиране, анализиране, проучване, проектиране и разработване, тъй като указва вида на част от спорните услуги. Словният елемент „TV“ в състава на марките в конфликт се явява указателен, респективно неотличителен по отношение на част от стоките от клас 9 и част от услугите от класове 38 и 42 на МКСУ, тъй като указва вида и препраща към определени характеристики на част от спорните услуги, като ги свързва с телевизията като електронно средство и медия. Съвпадащият при сравняваните марки елемент „GO“ не е указателен по отношение на вида, качествата и характеристиките на стоките и услугите от класове 9, 35, 38 и 42 на МКСУ.

Неоснователно е възражението на жалбоподателя, че двата словни елемента в по-ранната марка са с ниска отличителност, като за това притежателят е използвал ярки цветове, за да засили тяхната отличителност. В тази връзка съдът споделя извода, че отличителността на знаците се носи в цялост от композиционното им представяне, като възприятието им следва да е въз основа на общата композиция.

Правилно административният орган е приел, че е налице фонетично сходство

в средна степен между разглежданите марки. Според т.2.2.1.1. от Методическите указания на ПВ за прилагане на чл.11 и чл.12 от ЗМГО (Методическите указания) оценката на фонетичното сходство се основава на звученето на марките, определено от дължината на думата, броя на сричките, броя на съвпадащите звуци, взаимното разположение на еднакви или близки звуци или звукосъчетания, характерни особености на еднакви части на думата, като се отчита началото на думата, типични окончания и типични звукосъчетания в средата на думата. В случая атакуваната марка „Х. Т.“ ще се произнесе „експлор ти ви гоу“, а по-ранната „ти ви гоу“. Въпреки фонетичното различие, което внася звученето на несъвпадащия словен елемент „Х.“ в състава на атакуваната марка, то не е достатъчно, за да преодолее идентичното звучене на съвпадащите словни елементи. Следователно, между знаците, разглеждани в тяхната цялост, е налице средна степен на сходство, произтичащо от идентичното произношение на четирите общи букви „ти ви гоу“ (7 звука/три срички).

Марките в конфликт притежават и визуално сходство в средна степен. Налице е пълно съвпадение на общия им словен елемент „Т.“, като следва да се посочи, че по-ранната марка се съдържа изцяло в атакуваната. Обоснован е изводът на административния орган, че въпреки наличието на думата „Х.“ в състава на атакуваната марка, която няма аналог при по-ранната, както и графичното оформление на по-ранната марка, предвид това, че е комбинирана, налице е сходство от средна степен между сравняваните марки, дължащо се на съвпадащите словни елементи на марките, разположени в еднаква последователност и ниската степен на стилизация на словните елементи в състава на комбинираната марка, които са достатъчно разпознаваеми и четливи, за да бъде установено несходство.

Подробно е разгледано и смисловото значение на елементите в марките. Настоящият съдебен състав споделя становището в атакуваното решение относно наличието на смислово сходство между двете марки във висока степен. Наличието на думата „Х.“ в състава на атакуваната марка внася известно различие във визуален и фонетичен аспект, но то не е достатъчно, за да се промени концептуалната представа, породена от съвкупността на словните елементи „TV“ и „GO“.

Относно вероятността за объркване на потребителите.

В атакуваното решение детайлно е извършена и преценката на вероятността от объркване на потребителите, като аргументирано е прието, че предвид сходството на знаците и идентичността на техните стоки и услуги, релевантния кръг потребители и разпознаваемостта на марката, в настоящия случай съществува вероятност за объркване и възможност за свързване на атакуваната с по-ранната марка.

Вероятността за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранната марка, е създаването на грешна 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 (Решение СЕС, С-39/97 „С.“, §29). Преценката за вероятност от объркване включва относимите по конкретния случай фактори като: идентичност или степен на сходство на сравняваните знаци; степен на

отличителност на по-ранната марка; степен на сходство на стоките и/или услугите; релевантен кръг потребители; начин на пазарна реализация; степен на разпознаваемост на марките на пазара. При общата преценка на вероятността от объркване следва да се вземе предвид средният потребител на съответната категория стоки, който се смята за сравнително добре информиран, умерено наблюдателен и внимателен при избора си на покупка, като не трябва да се забравя фактът, че нивото на внимание се променя в зависимост от съответната категория стоки и/или услуги (Решение на СЕС по дело C-342/97 „L.“, § 26).

В случая правно обоснован е анализът в оспореното решение, въз основа на който е изведено заключение, че стоките и услугите от класове 9, 35, 38 и 42 на МКСУ на процесната и на по-ранната марка са идентични. Анализът на знаците показва, че между тях е налице визуално и фонетично сходство от средна степен и смислово сходство от висока степен, обусловени от факта, че сравняваните марки споделят словните елементи „TV“ и „GO“, разположени в еднаква последователност и възприемащи се като словосъчетание „T.“, както и поради това, че по-ранната марка изцяло се съдържа в атакуваната. Наличието на думата „X.“ в състава на атакуваната марка не е достатъчно, за да бъде преодоляно сходството, дължащо се на идентичното звучене и сходната визия на съвпадащите словни елементи на сравняваните марки, същата не е способна да промени концептуалната представа, породена от съвкупността от словните елементи „TV“ и „GO“, което обуславя високата степен на сходство в концептуален аспект. При тези съображения административният орган правилно е приел, че тези различия не са в състояние да спомогнат за преодоляване на сходството между марките в конфликт, което създава вероятност за объркване и възможност за свързване на атакуваната с по-ранната марка. В настоящия случай съществува вероятност и от непряко объркване (вероятност за асоцииране), представляваща объркване във връзка с произхода на сравняваните марки. Като се е позовал на практиката на СЕС, според която марката трябва да гарантира, че означените с нея стоки и/или услуги са създадени под контрола на едно единствено предприятие, което отговаря за тяхното качество, в оспореното решение органът е отчетел, че предвид установената степен на внимание на потребителите, която варира между средна и малко над средната, за релевантните потребители е възможно да направят връзка между атакуваната и по-ранната марка, което да доведе до погрешно приемане, че сходните или идентични стоки и услуги произхождат от един търговец или от икономически свързани лица.

Предвид представените писмени доказателства административният орган е установил, че е осъществено използването на услуга под марката TV GO на по-ранната марка и това води до извода, че марката е станала разпознаваема и би могла да се свърже от релевантния кръг потребители със съответния производител/доставчик. Това от своя страна води до съществуването на по-голяма вероятност за объркване на потребителите.

Въз основа на изводите от направения анализ за сходство на сравняваните знаци административният орган правилно е приел, че поради сходството на знаците и идентичността на техните стоки и услуги, релевантния кръг

потребители и разпознаваемостта на марката, съществува вероятност за объркване на потребителите, с възможност за свързване на атакуваната с по-ранната марка. Т.е., установеното от фактическа и правна страна води до правно обоснования извод в обжалваното решение за кумулативното изпълнение на всички изискуеми елементи от фактическия състав по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО.

По гореизложените съображения съдът намира, че оспореното Решение № РС-141-[1] от 31.10.2022 г. на председателя на Патентното ведомство е законосъобразен административен акт, поради което жалбата е неоснователна и на основание чл. 172, ал. 2, предл. последно АПК направеното оспорване следва да се отхвърли.

При този изход на спора в полза на ответника следва да бъдат присъдени разноски, като съдът на основание чл. 37, ал.1 от Закона за правната помощ вр. чл.24 от Наредбата за заплащането на правната помощ определя размер на юрисконсултското възнаграждение от 100 лева. На заинтересованата страна не следва да се присъждат разноски, тъй като не претендира такива.

Така мотивиран и на основание чл. 172, ал. 2, предл. последно и чл. 143 АПК, Административен съд София – град, 72 с-в,

### **РЕШИ:**

**ОТХВЪРЛЯ** жалбата на „А1 България“ ЕАД, ЕИК[ЕИК], със седалище и адрес на управление: [населено място], [улица], срещу Решение № РС-141-[1] от 31.10.2022 г. на председателя на Патентното ведомство, с което на основание чл. 75, ал. 10, т. 5 ЗМГО е оставена без уважение жалба с вх. № ВГ/Н/2019/156494-[15]/12.08.2021 г. срещу решение от 14.06.2021 г. на състав по опозиции, с което по опозиция с вх. № 70141805/30.03.2020 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 156494 - Х. Т., словна е постановен пълен отказ за регистрация на марката.

**ОСЪЖДА** „А1 България“ ЕАД, ЕИК[ЕИК], със седалище и адрес на управление: [населено място], [улица], да заплати на Патентното ведомство на Република България сумата от 100 (сто) лева, представляваща юрисконсултско възнаграждение по делото.

Решението подлежи на касационно обжалване пред Върховния административен съд в 14-дневен срок от съобщаването му на страните.

**СЪДИЯ:**