

# РЕШЕНИЕ

№ 1424

гр. София, 08.03.2021 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 53 състав,**  
в публично заседание на 09.02.2021 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Стефан Станчев**

при участието на секретаря Валентина Христова, като разгледа дело номер **1187** по описа за **2020** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

О. П. С.А, румънско търговско дружество, чрез процесуален представител обжалва решение № 108 от 05.09.2019 г. на председател на Патентно ведомство, с което е потвърдено решение на състав по спорове от 14.06.2018 г. по опозиция, с което е отхвърлена опозиция срещу заявка за регистрация на марка № 137260 D. P. – комбинирана. В жалбата се развиват оплаквания за незаконосъобразност на актовете на ПВ. Оплакванията са незаконосъобразност на обжалваното решение на председателя на ПВ, като неправилно се приема, че между двете марки липсва сходство. Буквените съчетания О. (по ранната марка) и D. (заявената марка) са изключително сходни – брой букви, две еднакви букви и звукове във всяка от марките, сходен, почти идентичен начин на изписване на буквите „О“ и „D“. Сходството при изписване на буквите „О“ и „D“ повлиява способността на потребителя да възприема сравняваните знаци/марки без да цени отличаващи ги елементи. Краткостта на знаците, не води до приемане на разлики между тях. Потребителите биха смесили в съзнанието си сравняваните знаци поради сходството им като изписване на двете различни букви. Две трети от сравняваните букви са идентични, а разликата в другите е незначима, сходството в тези знаци не е решаващо за да се приеме отличителност на двете марки една спрямо друга. Принципа на общото впечатление е с приоритет и преодолява всички други принципи на сравняване, като в тази връзка са посочени съдебни решения срещу службата по хармонизация. Отличителните и доминиращи елементи в сравняваните марки са словните елементи О. и D. и принципът на

кратките знаци е неприложим, поради изключително сходната графика при изписване на знаците/букви „О“ и „D“ Като основание за отмяна на оспорваното решение на председател на ПВ се сочи и противоречие с целта на закона. Иска се отмяна на оспорваното решение и присъждане на разноски.

Ответник по оспорването – председател на ПВ, чрез упълномощен представител поддържа становище за неоснователност на жалбата и иска отхвърлянето ѝ и присъждане на разноски за юрисконсултско възнаграждение. Поддържа становището, обективизирано в обжалваното решение на председател на ПВ, че между заявената марка и по-ранната не се открива сходство, така, че да е приложима разпоредбата на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО (отм.) При цялостен преглед на двете марки, не следва да се акцентира единствено на доминиращ елемент – трибуквеното означение за всяка от марките, а следва да се цени и фонетичното и визуално сходство, каквото не се открива в степен, че да се уважи опозицията на жалбоподателя. Прави се разбор на детайлите от фигуративни елементи на марката, които са достатъчно отличитени да не се приема сходство – на заявената марка е „флаг“ в ромбоидна форма с назъбена лява страна, а в по ранната марка има изображение на буквата „P“ със стилизирано изображение на вълк в буквата. Преценката по трибуквените знаци на марките не удостоверява сходство на марките, тъй като и двете марки не са словни, а комбинирани и са изобразени в различни цветове. Преценката на визуалното, фонетичното и/или смисловото сходство между знаците трябва да се сравнява в цялостното впечатление като се имат предвид отличителните и доминиращи елементи. Според ответника, правилни са изводите в оспорваната решение, тъй като при сравнителен анализ двете марки нямат сходство – графично – по ранната е с обикновен шрифт, а заявената – наклонен с фигуративен елемент . Двете марки са с различно цялостно впечатление и не объркват потребителите, тъй като се възприемат по различен начин.

Заинтересована страна - D. P. оспорва жалбата, сочи съдебна практика по сходен случай и претендира присъждане на разноски. Искането е съда да отхвърли жалбата срещу обжалваното решение, като излага доводи, основаващи се на трайна практика на Е., че между двете марки не е налице сходство. Претендира разноски.

Административен съд София-град след като обсъди доводите на страните, прецени представените по делото доказателства поотделно и в тяхната съвкупност и извърши проверка на оспорения акт в съответствие с разпоредбата на чл. 168 АПК, за да се произнесе съобрази следното от фактическа и правна страна:

Жалбата е процесуално допустима като подадена от надлежна страна, срещу подлежащ на обжалване индивидуален административен акт и в законово установения тримесечен срок.

Разгледана по същество е неоснователна по следните съображения:

Административното производство е започнало със Заявка за регистрация на марка с вх. № 137260 D. P., комбинирана за стоки и услуги в класове 1, 4 и 35, 37 и 43 на МКСУ, заявена в ПВ на 10.06.2015 г. На 30.10.2015 г. в резултат на Уведомление, изпратено от ПВ, от името на O. P. S.A., румънско търговско дружество е постъпила опозиция 1312661, срещу заявената регистрация. В опозицията е изложено, че дружеството е притежател на по-ранна общностна марка №[ЕИК] комбинирана, регистрирана на 14.09.2015 г. в Службата за хармонизация на вътрешния пазар, със срок на закрила до 26.09.2024 г. за стоки и услуги в класове 1, 2, 3, 4, 6, 7, 11, 17, 19, 36, 37, 39, 40 и 42 на МКСУ. Изложени са доводи, че и при двете марки

отличителността идва от словния елемент, което в допълнение към сходството в предлаганите стоки и услуги обуславя идентичност и сходство на марките, които могат да доведат до вероятност за объркване у потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранната марка. Направено е сравнение между двете марки, в смислово, фонетично и визуално отношение на заявената към по-ранната марка, както и по класове на стоките и услугите за които са заявени двете марки. В опозицията са посочени решения на СЕС, като се твърди че опозицията е основателна и следва да се уважи и искането е да се постанови пълен отказ за регистрация на заявената марка D. P.. Заинтересованата страна, чрез ПИС е оспорила опозицията, като излага съображения: и двете марки съдържат кратки съчетания от букви и съответно, колкото по малка е дължината на думата, толкова по-лесно потребителите ще възприемат всички нейни елементи и малки разлики в думи с къса дължина водят до различно цялостно впечатление; липсва фонетично сходство – в краткото трибуквено съчетание и в последната различна буква от втория словен елемент; визуално марките са различни, като шрифт, цветовете, стилизиран образ на вълк в буква в по-ранната марка, от което не може да се твърди или предполага възникване на заблуда. От жалбоподателя е получено становище, което не се различава от подадената опозиция. С решение от 14.06.2018 г. на състав по опозиции към ПВ, опозицията е счетена за неоснователна и опозиционният състав постановява отхвърлянето ѝ.

Срещу решението на опозиционния състав е подадена жалба от O. P. S.A., Румъния. Със заповед № 416/21.08.2018 г. е назначен състав при условието на чл. 42, ал. 2 от ЗМГО /отм./ Изпълнена е процедурата по размяна на жалба и становище от 3. страна. Съставът от отдела по спорове е взел и обективирал становище, че решението на съставът по опозиции е обосновано и правилно. На основание становището на отдел по спорове е издадено оспорваното в това производство решение на председател на ПВ.

Производството пред административния орган приключва с издаване на процесното Решение № 108/05.09.2019 г. на Председателя на Патентно ведомство, с което на основание чл. 45, ал. 1 от ЗМГО /отм./ е потвърдено решението на опозиционния състав. Посочва се в оспореното решение, че определящо за тази вероятност е впечатлението, което марките създават у потребителите. Последните възприемат марката в нейната цялост, а не като я разделят на отделните ѝ компоненти. Взима се предвид, че нивото на внимание на потребителите е в пряка зависимост от категорията на стоките или услугите, означени със сравняваните марки. Преценката се извършва от гл. т. на предполагаемите очаквания на средния потребител, който е добре информиран, достатъчно наблюдателен и съобразителен при вземане на решение за покупка. Решаващият орган приел, че стоките на сравняваните марки са идентични и сходни, като взел предвид, че сравнението между марките включва преценка за наличието на фонетично, визуално и смислово сходство. Степента на сходство се определя въз основа на общото впечатление, което марките създават, като същевременно е необходимо да се отчете и въздействието на техните отличителни и доминиращи елементи. Анализът и идентичността или сходството на стоките и услугите на по-късната и по-ранната марка предполага отчитане на тяхното естество и предназначение, дали са допълващи или конкуриращи, отчетени за релевантния кръг потребители. В конкретиката на сравняване на марките по класовете стоки и услуги административният орган приема, че регистрираната марка обхваща много голям брой класове стоки и услуги за разлика от заявената, а идентичността е по отношение

клас 1 на МКСУ – химически продукти, клас 4 – горива, тъй като се отнасят като част към цяло (заявена/по-ранна марка), имат еднакво естество и предназначение и канали за разпространение. Установена е идентичност и на други стоки от клас 4. Установена идентичност и за услуги от клас 35, както и клас 37 затова, че по-ранната марка е получила защита за заявените услуги от този клас. Административният орган е направил сравнение и на марките по наличието на смислово, фонетично и визуално сходство. Крайният извод е за липса на сходство, което е и крайния резултат да се потвърди решението на състава по опозиции и се отхвърли жалбата на О. Р. S.A., Румъния.

Решението е издадено от компетентен орган, с оглед разпоредбата чл. 45, ал. 4 от ЗМГО, отм. Решението е в писмена форма, като са спазени изискванията за форма на чл. 59 от АПК. При постановяването му съдът намира, че не е допуснато съществено нарушение на административно производствените правила, което да е основание за отмяна на акта. Спазена е процедурата по подадената опозиция, регламентирана в чл. 38г от ЗМГО. Съставът на отдел спорове, разгледал жалбата на отдел опозиции отговаря на изискванията на чл. 42, ал. 2 от ЗМГО /отм./.

Спорът се свежда до разрешаването на въпроса дали е идентичност или сходство между по-ранната марка и атакуваната марка (чл.12, ал.1 т.2 и чл.12 ал.3 от ЗМГО).

Съгласно легалното определение на чл. 9 от ЗМГО марката е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен графично. Такива знаци могат да бъдат думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, комбинация от цветове, звукови знаци или всякакви комбинации от такива знаци. Правото на марка се придобива чрез регистрация, считано от датата на подаване на заявката. Регистрираната марка дава право на нейния притежател да се противопоставя на нейното нерегламентирано използване, да се противопоставя на регистрацията на марки, които са сходни или идентични с неговата марка.

В обжалваното решение е разглеждано приложението на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО /отм./, в който е предвидено, че когато е подадена опозиция съгласно чл. 38б, не се регистрира марка, която 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. Цитираната правна норма, визира трите предпоставки при които не се регистрира търговска марка: 1. идентичност или сходство на стоките и услугите на двете марки; 2. идентичност или сходство между тази марка и по-ранно регистрираната; 3. това сходство да предполага вероятност за объркване на потребителите, включително и възможност за свързване с по-ранната марка. Следователно, за да настъпи предполагаемият резултат - объркване на потребителите, нормата предполага кумулативното наличие на две условия, всяко от тях в две възможни степени - идентичност или сходство и то както между марките, така и между стоките/услугите, за които се отнасят. По – ранна марка по смисъла на чл. 12, ал. 1 от ЗМГО е марка с по-ранна дата на подаване на заявката или с по-ранен приоритет, регистрирана по реда на този закон (чл. 12, ал. 2, т. 1 от ЗМГО, /отм./), като в случая по-ранната марка „О. Р.“ е регистрирана на 26.09.2014 г. (л.313, т. 1) , а заявената марка „D. P.“ е от 10.06.2015 г. В съответствие с чл. 38б, ал. 1, т. 1 ЗМГО, притежателят на по-ранна марка по смисъла на чл. 12, ал. 2, може на основание чл. 12, ал. 1 да подаде опозиция срещу регистрацията на марка, заявена по този закон, както в

случая е направено от O. P. S.A., Румъния.

С оглед изискването на чл. 12, ал.1, т.2 ЗМГО за кумулативно наличие на идентичност или сходство между стоките или услугите на марките и на идентичност или сходство между самите марки, е направен извод, че независимо от отличителността на марка „O. P.“, липсва вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване на заявената с по-ранната марка.

По - ранната марка на жалбоподателя е комбинирана, не фигуративна и се състои от два словни елемента „O.“ и „P.“, представен със стандартен шрифт в тъмно син цвят, подчертани с тънка зелена линия. Фигуративния елемент – стилизирана буква „P“ в жълт цвят, като дясната ѝ част е обкантена със син цвят и завършва с назъбена линия вдясно, приета като ресни от административния орган. В широката част, централно на буквата „P“ е вписан фигуративен елемент – стилизирана глава на вълк с червен цвят.

Заявената марка, комбинирана, съдържа буквосъчетанието „D.“ в червено с окантване на буквите с тънка червена и бяла линия по контура на големите букви, под него със по-малки букви „P.“ изписано с наклонен шрифт и фигуративен елемент вляво с неправилна форма в червен цвят, наподобяващ флаг, назъбена част отляво.

В оспорваното решение е направен сравнителен анализ на двете марки, като изводите са: двете марки в частта – трибуквени означения „OMV“ и „D.“ са представени с масивни букви, от които последните две са идентични; разликата е в началните знаци. Съдържат и словни елементи P. и P., с отличаващи се последни букви; отчетена отлика в композиционно отношение – на един ред за по ранната, двуредна за заявената, разлика във фигуративните елементи – цвят, стилизация. Фонетично има сходство за произнасянето на трибуквените знаци, но не изцяло до степен на объркване. Ответникът не приема наличието на сходство, до степен приложимостта на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО /отм./

Следва да бъде направено сравнение за идентичност или сходство на двете марки. Съдът по делото „S.“, Решение СЕС С-251/95 е постановил, че „цялостната преценка...за сходство...трябва да се основава на цялостното впечатление, което създават марките, имайки предвид по-специално техните отличителни и доминиращи елементи.“ Средният потребител обикновено възприема марката в нейната цялост и не анализира отделните ѝ детайли. Понятията „отличителен“ и „доминиращ“ елемент, са конкретизирани в Методическите указания (МУ) на Патентно ведомство. Оценката на степента на сходство на марките, не трябва да се базира на отделни техни елементи, а следва да се основава на тяхната цялост, вземайки предвид „отличителните“ и „доминиращи“ елементи в състава им. 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. Този отличителен характер следва да се преценява от една страна, на стоките /услугите, за които се иска регистрация, а от друга страна, от гледна точка на възприемането им от съответните потребители. „Доминиращ“ елемент е този, който благодарение на графичното си представяне обуславя общото впечатление. Прието е, че в обикновения живот вниманието на потребителя се фокусира върху доминиращия елемент, който отличава знака. Съгласно марковата практика, 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.

Оценката за визуалното сходство се основава на визуалното въздействие на марките, определено от дължината на думите, броя и вида букви, тяхната последователност, брой и вид срички, строеж на думите и др. 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. Действително, в случая, словният елемент и при двете марки е доминиращ, както е приел органа и каквато теза е изложена от жалбоподателя. Съгласно принципите за визуално сравнение на словни марки, заложен в Методическите указания (МУ) на ПВ за прилагане на чл. 12 от ЗМГО, визуалното сходство при словни марки се определя изключително от дължината на думите, броя еднакви букви, срички или думи, строеж на думи и др., като потребителите по-трудно улавят разликите при думи с по-голяма дължина, откъдето малките разлики често не са достатъчни, за да изключат визуално сходство. В случая и двете марки са комбинирани. В словната част са от по две думи – първите кратки съчетания от по 3 букви, като две от буквите съвпадат изцяло- „М“ и „V“, а при визуално възприятие съществува разлика единствено в началните букви- „D” и „O“.

Вторите – шест буквени думи с по пет еднакви букви „P.-“, разликата е в последната „M“ и „L“. Жалбоподателят счита, че посочените букви имат много сходна, почти идентична графика като в подкрепа на твърдението си се позовава на 8 решения на Е., според които визуално сходни първи букви не могат да създадат достатъчна визуална разлика между кратки знаци, различаващи се само по една буква. Пространното изложение е, за сходство в значителна степен при изписване на буквите „D“ и „O“. Използваното определение за „почти идентична графика“ на буквите „D“ и „O“ не се приема като основателно, по причина, че буквата „O“ в по ранната марка е с обикновен шрифт, а буквата „D“ в заявената марка е с наклонен шрифт. Графично „O“ и „D“ не са в сходството, което се твърди и то се приема условно, ако двете букви се изписват с обикновен шрифт. Съдът приема правилно решението на председател на ПВ при сравнението на марките. Прието е също, че визуално елементите „O“ и „D“ се различават в началните букви „O“ и „D“ . Освен чрез словните си елементи заявената и по-ранната марки въздействат и чрез тяхното графично представяне. Видно от изображението на по-късната марка е, че „D.“ е в червено с окантване на буквите с тънка червена и бяла линия по контура на големите букви, е изписано с характерен *наклонен* шрифт в *червен* цвят, което ѝ придава присъща отличителност, която значително се различава от тази на по-ранната марка, до степен да се изключва визуално сходство. Затова от гл. т. на визуалното си въздействие марките не могат да бъдат объркани, т. е., възприети в цялост, те създават различно общо впечатление. В продължение на този извод са в значително несходство и другите знаци от марките P. и P. – цвят (тъмно син/червен), шрифт (обикновен/наклонен), допълнителен към словната част на по ранната марка фигуртивен елемент – тънката зелена линия, с която буквените знаци са подчертани. Съдът не приема и смислово сходство - „O.“ е наложена австрийска марка, която е

синоним на множеството бензиностанции в България; „D.“ не може да се свърже с бензиностанциите на „O.“, дори да предлага горива от същия клас стоки по МКСУ. Следва да се спомене и различието между общностни марки № 221598 O. и №[EИК], особено във визуално отношение.

Обобщавайки анализа на визуалното, фонетичното и смислово възприемане на разглежданите марки, липсата на сходство на марките и в трите аспекта на сравнение, не се налага извода за сходство във възприемането на марките в тяхната цялост. Безспорно е, че буквите „D“ и „O“ се изписват по почти идентичен начин и в ситуация, която не предполага по-детайлно вглеждане от страна на потребителя. Предвид, че при заявената марка е налице и различно цветово изражение, а именно червен флаг в средата на който са изписани обемните букви с червен контур, то е налице и различен визуален ефект. Последният се подсилва и от факта, че първите букви са различни. Фигуративните елементи на марките са визуално различни. Съдът намира, че преди всичко разликата в графичното оформление на знаците, обуславя и различното цялостно впечатление, което създават у потребителите. Това различно визуално въздействие се допълва и от разликата в първите букви от трибуквените съчетания.

Анализът за сходство на марките включва преценка на следните фактори:

фонетично сходство; визуално сходство; смислово сходство.

Визуално сходство:

И двете марки съдържат трибуквени означения (главни букви), представени с различен шрифт, като първите им букви са „O“, респективно „D“, а останалите две букви са идентични – „MV“. Първите букви на двете марки имат близка графика, а останалите две са идентични, т.е. степента на визуално сходство е сравнително висока, но графично – заявената марка е с наклонен шрифт, с двуцветно окантване на буквите, по ранната – с обикновен шрифт и едноцветна. В обжалвания административен акт, органът правилно е извършил сравнение не на трибуквените съчетания, каквито са буквите в сравняваните марки, а на техните отличителни елементи.

Фонетично сходство:

Словните елементи „O.“ и „D.“ биха се произнесли съответно като „о-ем-ви“ и „ди-ем-ви“. При оценката за фонетично различие или сходство се взимат под внимание фактори като звучене на марките, определено от дължината на думите, брой на буквите и сричките, брой на съвпадащите звуци, взаимно разположение на еднакви или близки звуци или звукосъчетания, особености на еднакви части на думата, като се отчита началото на думата, типични окончания и типични звукосъчетания в средата на думата. Фонетичното сходство на думите следва да се прецени като се вземат предвид основните категории от звуковия строеж на езика - граници на сричката (сричкоделение), място на ударение и интонация на думата, артикулационно-акустични характеристики на звуковете в думата. Сравняваните марки се състоят от трибуквени съчетания, изписани на латиница и три срички, които се изговарят на български. Безспорно двете марки не са идентични.

Знаците са фонетично сходни в произнасянето на "ем-ви", а наличието на отлика в първите им срички (еднобуквена "о" гласна/двубуквена "ди" -съгласна, гласна) не успява да преодолее значително близкото им звучене в цялост.

По делото не е спорно, че между марките няма смислово сходство или идентичност. В оспорваното решение е посочено, че словните елементи P. и P. са фантазийни. Може

да се прави асоциация с бензиностанции и/или горива, но това не е високо сходство. От гледна точка на общото впечатление, създадено от разглежданите марки, наличието на визуално сходство във средна степен, фонетично сходство в средна степен и ниска степен на смислово сходство, може да се направи извод, че сходството между тях не е високо.

Процесната и противопоставената марка имат различно визуално въздействие и ниска степен на фонетично сходство /смислово сравнение не може да се прави, предвид фантазийния им характер/. Двата знака са различно стилизирани, и при двата е налице различно графично оформление.

При общата преценка за объркващо сходство на марките трябва да се отчете силната отличителна способност на по-ранната марка и обвързаността ѝ с марката О.. Заявената марка, поради различния стил на оформление, който няма нищо общо със стилистиката на по-ранната марка, не може да предизвика у потребителя непряко объркване (вероятност за асоцииране) с предходните марки. Потребителят няма да е с впечатление, че стоките, предлагани под заявената марка, имат един и същ търговски произход с тези, предлагани под марка „О. Р.“. Потребителят няма да повярва, че това е нов вариант на марка на О. при световната ѝ известност и характерност, или марка на икономически, свързани с титуляра на марката лица. „О. Р.“ не е силна марка на местния пазар на горива, което е косвено за възможността на объркване със заявената марка. Вероятността за объркване включва възможност потребителите да повярват, че съответните стоки и услуги произхождат от едно и също предприятие или според случая от икономически свързани предприятия.

Що се отнася до общата оценка за вероятността от объркване, фактът, че две марки, състоящи се от една и съща буква (или от една и съща последователност от букви), са окачествени като идентични от фонетична и концептуална гледна точка, е от значение по отношение на оценката за наличие на вероятност от объркване. В такива случаи, единствено когато по-късната марка създава достатъчно различно визуално впечатление, може със сигурност да се изключи съществуването на вероятност от объркване. Следователно вероятност от объркване може със сигурност да се изключи, когато два противоречащи знака, макар и да съдържат или да се състоят от една и съща единствена буква или съчетание от букви, което не може да бъде разпознато като дума, са достатъчно *различно стилизирани* или съдържат *достатъчно различен фигуративен елемент*, че тяхното различно цялостно графично изображение да изпъква пред общия словен елемент. По-изразеният отличителен характер на по-ранната марка, съдържаща съчетание от букви, не може да обоснове констатация за вероятност от объркване, ако цялостното визуално впечатление от знаците е толкова различно, че категорично ги различава, какъвто е настоящият случай. Сходството поради наличие на един, а в някои случаи и на повече от критериите невинаги води автоматично до извода за съществуване на вероятност от объркване на потребителите. Марките трябва да се сравняват в цялост, като се отчита въздействието на отделните им елементи. Преценката за сходство в степен, при която съществува вероятност за объркване, не трябва да се основава само на сходство на отделни елементи на марките, а от общото възприятие и винаги изхожда от начина, по който са регистрирани, а не от начина, по който те са използвани. На последно място съдът не намира аналогия по заявената марка от О. Р. S.A., Румъния и общоизвестни по ранни марки на О. А., А., които са били предмет на обсъждане в други съдебни производства.



При така установените обстоятелства съдът в настоящия състав приема, че процесното решение е законосъобразно. В производството пред съда не са ангажирани доказателства, обосноваващи извод, противоположен на направения от ПВ.

Съдът следва да уважи направените искания от представител на ответника. В полза на ПВ се присъжда сумата от 100 лева за юрисконсултско възнаграждение, а по отношение на з. страна разноски не се претендират.

По тези съображения, съдът

#### РЕШИ

ОТХВЪРЛЯ жалбата на О. П. С.А., румънско търговско дружество, съдебен адрес С., [улица], ет. 3 ПИС В. Т. против решение № 108/05.09.2019г. на председателя на Патентно ведомство, с което е потвърдено решение от 14.06.2018 г. за отхвърляне на опозиция вх. № 1312661/30.10.2015 г., срещу регистрация на марка вх. № 137260 „D. P.“, комбинирана.

ОСЪЖДА О. П. С.А., румънско търговско дружество, Б., „К.“ 22, П. сити, Сектор 1 да заплати на Патентно ведомство сумата 100 (сто) лева разноски.

Решението може да се обжалва пред ВАС в седемдневен срок от съобщението.

Съдия