

РЕШЕНИЕ

№ 38013

гр. София, 17.11.2025 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 48 състав, в
публично заседание на 03.11.2025 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Калина Пецова

при участието на секретаря Евгения Стоичкова, като разгледа дело номер **2796** по описа за **2025** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.145 и сл. от Административно-процесуалния кодекс /АПК/ и чл.84, ал.1 от Закона за марките и географските означения /ЗМГО/.

Делото е образувано по повод жалба, подадена от „Вюрт-България“ ЕООД със седалище [населено място], чрез адв. Д. М. срещу Решение № РС-261-[1]/23.12.2024г. на Председателя на Патентно ведомство, с което оставена без уважение жалбата против Решение на състав по опозиции от 15.11.2023г. срещу регистрацията на марка с вх. № 167250/24.08.2022г. „CONART“ , комбинирана.

В жалбата се поддържа становище, че обжалваното решение е незаконосъобразно поради противоречие с материалноправните разпоредби. Твърди се, че Решението е постановено при несъобразяване с актуалните материалноправни разпоредби обективирани в чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, като са направени неправилни констатации относно визуалното и смисловото сходство, както и неправилно е стигнато до извод, че може да се стигне до непряко объркване у релевантните потребители. Твърди, че дори да се приеме, че словният елемент в марката е доминиращ, не може да се изключи въздействието на образния елемент. Твърди, че въпреки вероятността потребителят да се фокусира върху словния елемент, неговото възприятие на този словен елемент ще бъде повлияно от образния елемент. Твърди, че от шрифта зависи пространственото позициониране на буквите. Счита, че вниманието на потребителя се привлича към последните три букви на словния елемент. Твърди, че вместо да се фокусира върху съвпадащите три букви „С“, „О“ и „N“ потребителят ще обърне внимание и на различаващите се последни три букви. Счита, че визуалният елемент на комбинираната марка намалява вероятността потребителят да обърка двете марки. Ш., с който са изписани буквите от словния

елемент, е изключително четлив. Буквите не са сбити и всяка една от тях разполага с достатъчно пространство, така че да бъде правилно прочетена от потребителя. Счита, че разместването на буквите „А“ и „R“ няма да бъде пропусната от око на потребителя и същият безспорно ще разграничи марките. Твърди, че от Председателя на Патентното ведомство са направени бланкови твърдения, с които прави опити да обуслови, че е налице визуално сходство, което в действителност липсва, като посочват като единствен критерий броя на буквите при изписване на марката. Твърди, че обжалваното решение е постановено в разрез със задължителната практика на СЕС, инкорпорирана в Решение СЕС, С-251/95, „Sahel“ и други, като в него не е направена обстойна и задълбочена преценка по това дали може да възникне вероятност за объркване при евентуалното наличие на визуално сходство между двете марки. Твърди, че тази проверка трябва да се извърши въз основа на всички относими фактори по конкретния случай, което в настоящия случай не е направено, видно от краткия и бланков анализ. Излага своите съображения и сравнения по отношение на сричките в двете марки „CONART“ и „CONRAD“, както и на буквите поотделно, в т.ч. излага своите съображения относно смисловата, фонетичната и визуалната обособеност на заявената марка. Твърди, че като се вземе предвид начина на произнасяне на марките, то фонетичното сходство на марките е пренебрежимо ниско. По отношение на смисловото сходство твърди, че концептуално сравняваните марки са различни, както и че марката „CONART“ притежава графични концепции, които правят още по-голяма разлика между двете марки и така същите създават различни асоциации. Твърди, че визуално е най-голямото разграничаване между двете марки с оглед обстоятелството, че процесната е комбинирана изписана със специфичен шрифт, а по-ранната марка е словна. Твърди, че няма вероятност от пряко объркване между заявената марка и по-ранната марка. Твърди, че пряко объркване между знаците е невъзможно поради различието на общото впечатление от марките. Твърди, че потребителите не могат лесно да направят връзка за единен произход и да приемат, че по-късната марка е предназначена за други инструменти уреди и инсталации на същия производител или па икономически свързан е с него търговец, тъй като графичните концепции на знаците са различни и отличителните елементи са различни. Счита, че сходството между марките е много малко, дължи се на съвпадане само на един описателен елемент „CON“, което не е достатъчно, за да формира еднакво цялостно впечатление у потребителите и е невъзможно пряко директно, пряко индиректно тяхното объркване. Твърди, че при директно сравнение визуално и семантично марките са сходни в ниска степен, поради отликите в композицията, фигуративните и словните елементи, независимо от приликата изразяващи се в повтарящите се букви „CON“. Счита, че марките споделят елемент без отличителен характер (КОН), марките се различават съществено в общата си композиция, семантика и доминиращ визуално фигуративен графичен елемент, което предопределя извод за отсъствие на вероятност от объркване на потребителите, в т.ч. и чрез свързване на субектите - притежатели на марките. Твърди, че от председателя на Патентното ведомство е игнорирана жалбата срещу решението на опозиционния състав, относно непрякото объркване от потребителите. Счита, че марката „CONRAD“ е фантазийна и незапомняща се, не съдържа никакви отличителни белези и няма висока отличителност, каквото е изискването за непряко объркване. Твърди, че според закона, се регистрира марка, която има отличителност сама за себе си, така, че релевантният потребител да може да отличи стоките или услугите с тази марка от стоките или услугите на другите производители, т.е. трябва да има реална разпознаваемост от релевантния кръг потребители, като за отличителния характер на марката се преценяват характеристиките на самата марка. Счита, че непрякото объркване представлява объркване, но не по отношение на сравняваните марки, а във връзка с техния произход. Цитира практика на ЕС. Твърди, че не може да се говори за изпълнение на

кумулятивния фактически състав на чл. 12, ал. 1. т. 2 ЗМГО. Твърди, че от председателя на патентното ведомство не са направени, абсолютно необходимите, разграничения във визуален и смислов аспект между марките, което в допълнение с напълно неосъществения фактически състав за пряко и непряко объркване от страна на релевантния потребител, което води до незаконосъобразност на обжалваното решение. Иска да бъде отменено Решение от 15.11.2023г. като неправилно, нецелесъобразно и незаконосъобразно, да бъде оставена опозицията в нейната цялост без уважение и да се пристъпите към успешна регистрация на заявената марка „CONART“ вх. № 167250/24.08.2022г. за заявените класове. Претендира присъждане на разноски.

В съдебно заседание жалбата се поддържа, чрез адв. М.. Счита, че не може да се установи идентичност между марките CONART и CONRAD. Представя писмена защита, в която излага съображенията си за неоснователност на експертизата. Претендира за разноските по делото, а именно: държавна такса и депозит за експертизата

Ответникът, чрез процесуален представител оспорва жалбата. Претендира юрисконсултско възнаграждение.

Заинтересованата страна CONRAD ELECTRONIC SE, Германия, чрез представител по индустриална собственост адвокат Е. Б. Б. – М., оспорва жалбата. Счита, че се касае не за идентичност на марки, а сходство между марки, те са сходни много визуално. Представя писмена защита. Претендира направените разноски по делото.

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:

С вх. № 167250 в ПВ на 24.08.2022г. от „Вюрт-България“ ЕООД е заявена регистрация на марка „CONART“ комбинирана, за стоки от клас 08 МКСУ – ръчни, ръчно задвижвани инструменти и сечива; ножарски изделия; хладни оръжия; бръснари; за стоки от клас 11 МКСУ - уреди и инсталации за осветление, отопление, охлаждане, парогенериране, готвене, сушене, вентилация, водоснабдяване и за санитарни нужди; и за стоки от клас 17 МКСУ - необработени и полуобработени каучук, гутаперча, гума, азбест, слюда и заместители на тези материали; формувани пластмаси и смоли за производство; материали за запущване, уплътняване и изолиране; неметални гъвкави тръби и маркучи. Заявката е публикувана в Официалния бюлетин бр.09.2 от 30.09.2022г. на Патентното ведомство.

Срещу регистрацията на марка „CONART“ комбинирана, вх. № 167250/24.08.2022г., заявена от „Вюрт-България“ ЕООД е подадена опозиция вх.№ BG/N/2022/167250-[4] от 23.12.2022г. от името на Conrad Electronic SE, с адрес: K.-Conrad-Str. 1, D-92240 Hirschau, Германия, срещу регистрацията на марка с вх. № 167250, CONART, комбинирана, представлявано от представителя по индустриална собственост (ПИС) Е. Б. Б.-М.. Опозицията е насочена срещу марката в нейната цялост – за всички стоки в класовете 8, 11 и 17, за които е заявена. Опозицията е подадена на основание чл. 52, ал. 1, т. 1 във връзка с чл. 12, ал.1, т.2 от ЗМГО. Посочено е, че Опонентът е притежател на следните по-ранни търговски марки:

- Марка на ЕС с рег. №[ЕИК], „CONRAD“, словна, заявена на 20.05.2021 г. и регистрирана на 20.10.2021 г. за стоки и услуги от класове 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 45 на МКСУ, с вписан притежател Conrad Electronic SE, Германия. Опозицията се основава само на стоките от класове 8, 11 и 17 на МКСУ, като същите са изчерпателно изброени в подадената опозиция;

- Марка на ЕС с рег. №[ЕИК], „CONRAD. YOUR SOURCING PLATFORM.“, словна, заявена на 04.02.2020 г. и регистрирана на 21.09.2020 г. за стоки и услуги от класове 8, 9, 35, 37, 38 и 42 на МКСУ, с вписан притежател Conrad Electronic SE, Германия. Опозицията се основава само на

стоките от клас 8 на МКСУ, като същите са изчерпателно изброени в подадената опозиция;

- Марка на ЕС с рег. №[ЕИК], „CONRAD | PROCUREMENT. SIMPLE. FAST. COMPREHENSIVE.“, словна, заявена на 04.02.2020 г. и регистрирана на 21.09.2020 г. за стоки и услуги от класове 8, 9, 35, 37, 38 и 42 на МКСУ, с вписан притежател Conrad Electronic SE, Германия. Опозицията се основава само на стоките от клас 8 на МКСУ, като същите са изчерпателно изброени в подадената опозиция;

До заявителя и опонента са изпратени уведомления по чл.57, ал.1 от ЗМГО за образувано производство по опозиция и на страните е предоставен тримесечен срок за постигане на споразумение. След изтичане на срока за споразумение и поради това, че такова не е постигнато, заявителят е уведомен, че в срок от два месеца може да представи отговор по подадената опозиция. 3. подал отговор на опозицията на 29.06.2023г., за което Опонентът е уведомен по надлежен ред. Опонентът подал в ПВ становище по отношение на отговора на заявителя, за което заявителят е уведомен и му е даден едномесечен срок за представяне на отговор. „Вюрт-България“ ЕООД е представил своя отговор относно становището на опонента.

С решение от 15.11.2023г. състав на ПВ отказва регистрацията на марка „CONART“ комбинирана, вх. № 167250/24.08.2022г., за всички стоки от класовете 8, 11 и 17 на МКСУ, за които се търси закрила.

Решението е съобщено на заявителя на 22.11.2022г. и опонента на 15.11.2023г. На 17.01.2024г. в ПВ е регистрирана жалба срещу решението от 15.11.2023г. на опозиционния състав от заявителя „Вюрт-България“ ЕООД. С жалбата е оспорено решението изцяло.

Със Заповед № 3-46-[1]/18.01.2024г. на основание чл.69 от ЗМГО, Председателят на ПВ е назначил състав за разглеждане, която впоследствие е отменена. С последна Заповед № 3-894-[1]/20.12.2024г. на основание чл.69 от ЗМГО, Председателят на ПВ е назначил състав за разглеждане на жалбата изготвяне на становище за вземане на решение по жалбата. Опонентът е уведомен за постъпилата жалба на 18.01.2024г. Даден му е едномесечен срок за становище по жалбата, който е изтекъл на 26.03.2024г. На 26.03.2024г. в ПВ Опонентът е подал писмено възражение по жалбата. За подаденото възражение срещу жалбата заявителят е уведомен на 03.04.2024г. като му е дадена възможност да изрази становище в едномесечен срок. На 07.05.2024г. е постъпило становище от заявителя срещу отговора на жалбата, съгласно чл.75, ал.6 от ЗМГО. Последното е изпратено на Опонента за сведение на 07.05.2024г.

Съставът за разглеждане на жалбата е изготвил становище от 20.12.2024г., с което приел, че жалбата с вх. № BG/N/2022/167250-[19]/17.01.2024г. срещу решение от 15.11.2023г. по опозиция вх. № BG/N/2022/167250-[4]/23.12.2022г. срещу регистрация на марка с вх. № 162750, CONART, комбинирана, е неоснователна и следва да бъде оставена без уважение.

С Решение № РС-261-[1]/23.12.2024г. на Председателя на ПВ, на основание 75, ал.10, т. 5 от ЗМГО е оставена без уважение жалба с вх.№ BG/N/2022/167250-[19]/17.01.2024 г. срещу решение от 15.11.2023 г. на състав по опозиции срещу регистрацията на марка с вх. № 167250 CONART, комбинирана. Решението е мотивирано с това, че при извършения анализ се налага извод, че атакувани стоките от класове 8, 11 и част от стоките от клас 17 на МКСУ, са идентични, както със стоките от клас 8 на трите по-ранни марки на ЕС, така и със стоките от класове 11 и 17 за по-ранна марка на ЕС с рег. №[ЕИК]. Останалата част от оспорените стоки от клас 17 са сходни със стоките от същия клас, за които е регистрирана марка на ЕС с рег. №[ЕИК]. Органът е приел от гледна точка на визуалното сравнение на марките, между тях е налице сходство, което се обуславя от факта, че споделят сходни словни елементи, чрез „CONART“ (в състава на атакуваната марка) и „CONRAD“ (словен елемент, от който се състои изцяло марка на ЕС с рег. №[ЕИК] и е първият словен елемент в състава на другите две по- ранни марки). В посочените словни елементи

сравняваните марки споделят пет идентични букви, от представените шест. Разликите в посочените словни елементи се състои в размененото местоположение на буквите „AR“ и „RA“, както и в наличието на различни букви в края на думите - съответно „T“ и „D“. Останалите различия между тях са свързани с различния начин на представяне на „CONART“ в състава на атакуваната марка - използваното оформление на словния елемент чрез син цвят, в който са оцветени буквите и наличието на допълнителни словни елементи. В състава на другите две по-ранни марки на ЕС рег. №[ЕИК] и [ЕИК] са включени и допълнителни словни елементи - „YOUR SOURCING PLATFORM.“ и „PROCUREMENT. SIMPLE. FAST. COMPREHENSIVE.“, които могат да бъдат възприети като рекламни послания (слогани), даващи информация за качества на означаваните с тях продукти, поради което са неотличителни. По отношение на звученето на марките органът е приел, че атакуваната марка ще се произнесе като „конарт“, а по-ранните марки най-вероятно от по-голяма част от хората ще се произнесат само като „конрад“. Останалите словни елементи в състава на другите две по-ранни марки ще бъдат по-трудни за произнасяне предвид дължината им. Приел е, че в случай че двете по-ранни марки се произнасят в цялост, ще звучат като „конрад юр сорсинг платформ“ (рег. №[ЕИК]) и „конрад прокюърмънт симпъл фаст комприхенсив“ (рег. №018191958). Според Органът фонетичното сравнение между марките показва, че същите съвпадат в пет еднакви звука в словния елемент „конарт“ и „конрад“. Първите три звука са в идентична последователност, а във втората сричка „а“ и „р“ са разменени, като последните фонемите „т“ и „д“ имат изключително близко звучене. Посочените разлики между сравняваните марки внасят известни отлики между тях, но това не елиминира наличието на висока степен на сходство във фонетичен аспект. Що се отнася до сравнението на знаците относно техния смисъл, „CONART“ (в състава на атакуваната марка) и „CONRAD“ (марка на ЕС с рег. №[ЕИК]) - използваните словни елементи са с фантазиен характер, поради което смислов анализ за сходство не може да бъде извършен. Останалите словни елементи в състава на другите две по-ранни марки „YOUR SOURCING PLATFORM.“ и „PROCUREMENT. SIMPLE. FAST. COMPREHENSIVE.“ са с конкретни смислови значения, които в превод от английски език означават, както следва: „YOUR SOURCING PLATFORM.“ - „вашата платформа за снабдяване“ и „PROCUREMENT. SIMPLE. FAST. COMPREHENSIVE.“ - „доставяне, просто, бързо, комплексно“. Поради липсата на конкретно смислово значение в словния елемент на атакуваната марка, анализ на смисловото сходство между тях също не може да бъде извършен. Според органа дори да се приеме, че потребителите ще разпознаят в състава на атакуваната марка английската дума „-ART“ със значението на „изкуство“, то е малко вероятно да намерят ясен и еднозначен смисъл за началото „CON-“. Това би затруднило извеждането на цялостно значение от словния елемент „CONART“, поради което същият би се възприел по-скоро като фантазиен, отколкото като смислова лексикална единица. Приел е, че между сравняваните марки е налице визуално и фонетично сходство, като смислов анализ не може да бъде извършен поради фантазийния характер на словните елементи „CONART“ и „CONRAD“. Според Органът релевантният кръг потребители на стоките и услугите от конфликтните класове се състои както от професионалисти, така и от крайни потребители. Степента на внимание на потребителите на стоките от класове 8, 11 и 17 на МКСУ, по отношение на които се установи идентичност и сходство може да варира в зависимост от естеството, качеството и цената на търсената от тях стока. Органът е определил степента на внимание на потребителите от средно към високо по отношение на стоките, които са предназначени предимно за масовия потребител и завишена за стоките, насочени към професионалистите. Според органа дори и да се приеме, че потребителите не биха объркали марките при директното им сравнение, съществува вероятност същите да възприемат процесната марка като нова разновидност на по-ранните марки, поради което ще възникне вероятност от

непряко объркване.

Оспореното решение е съобщено на заявителя на 06.01.2025г. Жалбата е подадена на 25.02.2025г. в ПВ.

За изясняване на фактите по делото съдът прие заключението на съдебно - маркова експертиза /СМЕ/, изпълнена от вещото лице С. И. Д.. Вещото лице е установило, на база представените материали, релевантния кръг потребители за стоките от класове 8, 11 и 17, които са в списъка на стоките на процесната заявка за марка с вх. № 167250 „CONART“, а именно че това е българският потребител, който включва както крайния масов потребител, така и професионалисти в областта на използването на ръчни инструменти и инсталирането на различни уреди и апарати в домакинствата като занаятчии и майстори за извършването на различни ремонтни дейности, при които степента им на внимание може да бъде определена като такава от средно ниво. Според вещото лице сравняваните марки са визуално и фонетично сходни във висока степен, а предвид липсата на смислово значение на словните елементи „CONART“ и „CONRAD“, то смислово сравнение между марките не е възможно. Според вещото лице съществува вероятност от объркване на потребителите, която включва свързване на едната марка с другата. Според вещото лице отличителните елементи в по-ранните марки на Европейския Съюз с рег. №[ЕИК], рег. № [ЕИК], рег. №[ЕИК], и в заявената марка с Вх. № 167250 са съответно словният елемент „CONRAD“ за по-ранните марки и словният елемент „CONART“ за заявената марка. Според вещото лице, разглеждайки марката „CONART“ в цялост и нейните отделни елементи, то може да се каже, че използваният шрифт и цвят са по-скоро дизайнерско оформление със второстепенно значение, а словният елемент „CONART“, изписан на един ред с букви в един и същ размер е доминиращият елемент в състава ѝ. Според вещото лице стоките от клас 8, 11 и 17 при процесната заявка за марка „CONART“ с вх. № 167250 са описани посредством идентични или синонимни термини на тези при по-ранните марки и предвид това се явяват идентични на стоките, за които е регистрирана по-ранната марка „CONRAD“ с рег. №[ЕИК] в класове 8, 11 и 17, както и със стоките в клас 8, за които са регистрирани другите две по-ранни марки „CONRAD. YOUR SOURCING PLATFORM“ с рег. №[ЕИК] и „CONRAD. PROCUREMENT. SIMPLE. FAST. COMPREHENSIVE.“ с рег. №[ЕИК]. Според вещото лице словният елемент „CONART“ не се намира в превод на български език от основните езици, разпространени сред българските потребители - английски, немски, френски или испански език. Дори и да се раздели на отделни срички „CON-ART“ и част от потребителите да възприемат втората сричка в смисъл на „изкуство“ в превод от английски език, то като словосъчетание в една дума „CONART“ няма конкретно смислово значение.

В съдебно заседание, вещото лице поддържа така изготвеното заключение.

Съдът кредитира заключението на вещото лице изцяло.

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

Жалбата е процесуална допустима. Подадена е от адресат на акта и в законоустановения срок. Не се спори, че жалбата е подадена в двумесечния срок по чл. 84, ал. 1 ЗМГО. Актът е съобщен на 06.01.2025 г., а жалбата е депозирана чрез административния орган, за което е поставен входящ номер от 25.02.2025 г.

Разгледана по същество, жалбата е неоснователна.

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 проверката на административния акт, съдът не е обвързан от основанията, въведени от оспорващия, нито от неговото искане.

Обжалваното решение е издадено компетентният орган по чл. 75, ал. 12 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 образуване на производството е дадена възможност на страните да участват, като същите са се възползвали от правото да изразяват становища и да представят доказателства. Органът е събрал всички необходими доказателства за правилното установяване на релевантни за случая факти. Всички те са разгледани и преценени отделно и в тяхната съвкупност.

Липсва нарушение на материалния закон.

Съгласно легалното определение, дадено в чл. 9, ал. 1 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 в Държавния регистър на марките по начин, който позволява ясно и точно да се определи предметът на закрилата, предоставена с регистрацията. Такива знаци могат да бъдат например: думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, цветове, звуци или всякакви комбинации от такива знаци.

С нормата на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО е въведена относителна забрана за регистрация на марка при подадена опозиция по чл. 38б, 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 ал. 2 на чл. 12 от ЗМГО.

От анализа на цитираните норми следва извод, че в производството по опозиция е необходимо да бъде установено едновременно наличие на следните предпоставки: 1) по-ранно право върху марка по смисъла на чл. 12, ал. 2 ЗМГО; 2) идентичност или сходство на сравняваните знаци; 3) идентичност и/или сходство на стоките и/или услугите на заявената и на по-ранни марки; 4) 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. В случая не е спорно обстоятелството, че трите марки на Европейския съюз с притежател заинтересованата страна Conrad Electronic SE, с дати на заявяване - 20.05.2021 г. (марка на ЕС с №[ЕИК]) и 04.02.2020 г. (марки на ЕС с №[ЕИК] и [ЕИК]), предхождат датата на заявяване на атакуваната марка с вх. № 167250, CONART, комбинирана - 24.08.2022 г. От това следва, че противопоставените с опозицията марки са по-ранни по смисъла на чл. 12, ал. 2, т. 7 от ЗМГО.

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.

I. Относно идентичност или сходство на стоките:

Съдът счита, че следва да се даде отговор на въпроса дали е идентичност/сходство между процесните стоките и по-ранните марки, тъй като това има отношение към отговора на въпроса съществува ли вероятност от объркване на потребителите, която включва свързване на едната марка с другата.

Релевантни фактори при сравняване на стоките са тяхното естество, предназначение, фактът дали са допълващи се или конкуриращи се. (Решение на СЕС, С-39/97 "Canon", § 23). Съдът кредитира изцяло заключението на вещото лице по изготвената и приета СМЕ, а именно, че основен

принцип при сравняването на стоките, за които се отнасят процесната заявка и по-ранните регистрирани марки е това, че когато са посочени чрез еднакви или синонимни термини, или когато стоките на едната марка спадат към по-широката категория, обхваната от същия клас на другата марка, стоките се считат за идентични.

За процесния случай – при сравняването на стоките от клас 8, за които е заявена процесната заявка за марка с Вх. № 167250: „Ръчни, ръчно задвижвани инструменти и сечива“ са синоними, съответно са идентични с термините „Ръчни инструменти, ръчно действащи; Ръчни пособия, задвижвани ръчно " при по-ранните словни марки „CONRAD“ с рег. №[ЕИК], „CONRAD. YOUR SOURCING PLATFORM“ с рег. №[ЕИК] и „CONRAD. PROCUREMENT. SIMPLE. FAST. COMPREHENSIVE.“ с рег. №[ЕИК]. Същото се отнася и за стоките „ножарски изделия; хладни оръжия; бръснари“, които съвпадат изцяло като термини в клас 8 и при трите по-рано-регистрираните марки - кожарски изделия; Ножарски изделия; Хладни оръжия; Самобръснари; Бръснари“. Същият извод за идентичност на стоките се налага и при сравняването на стоките от клас 11, за които е заявена процесната заявка за марка с Вх. № 167250: „Уреди и инсталации за осветление, отопление, охлаждане, парогенериране, готвене, сушене, вентилация, водоснабдяване и за санитарни цели“, които се повтарят с абсолютно същите термини и последователност в списъка стоки при по-ранната словна марка „CONRAD“ с рег. №[ЕИК]. Стоките в клас 17 „Необработени и полуобработени каучук, гутаперча, гума, азбест, слюда и заместители на тези материали; формувани пластмаси и смоли за производството; материали за запущване, уплътняване и изолиране; неметални гъвкави тръби и маркучи“, са описани с идентични или синонимни термини при по-ранната словна марка „CONRAD“ с рег. №[ЕИК], а именно: „Каучук, гутаперча, гума, слюда в необработено и частично обработено състояние; Стоки от пластмаса или смоли в екструдирена форма за използване в производствени процеси; Материали за уплътнение на прозорци и врати; Изолационни тъкани; Гъвкави тръби, неметални; Гъвкави тръби, неметални; Гъвкави тръби, неметални; Гъвкави тръби, тръби, маркучи и фитинги за тях, включително клапи, и фитинги за твърди тръби, всички неметални“.

Т.е. Стоките от клас 8, 11 и 17 при процесната заявка за марка CONART с вх. № 167250 са описани посредством идентични или синонимни термини на тези при по-ранните марки и предвид това се явяват идентични на стоките, за които е регистрирана по-ранната марка „CONRAD“ с рег. №[ЕИК] в класове 8, 11 и 17, както и със стоките в клас 8, за които са регистрирани другите две по-ранни марки „CONRAD. YOUR SOURCING PLATFORM“ с рег. №[ЕИК] и „CONRAD. PROCUREMENT. SIMPLE. FAST. COMPREHENSIVE.“ с рег. №[ЕИК].

II. Относно сравнението на марките:

Преценката за наличие или липса на сходство на сравняваните знаци следва да се извърши след съпоставка на тяхната визуална, фонетична и/или смислова близост и като се отчита въздействието на съществения елементи които придават отличителния характер на марките. В комбинираните марки съществен е словният елемент. Той влияе в най-голяма степен на съзнанието на потребителите, тъй като най-лесно се възприема и запомня. При сравняване на комбинирана със словна марка (каквото е настоящият случай) съпоставката за визуално, фонетично и смислово сходство се извършва между словните елементи.

Съдът възприема заключението органа, че между сравняваните марки е налице визуално и фонетично сходство, като смислов анализ не може да бъде извършен поради фантазийния характер на словните елементи „CONART“ и „CONRAD“.

Изводът на органа се потвърждава от изготвената и приета СМЕ, която се кредитира изцяло от настоящия състав, а именно, че относно визуалното оформление, звуково съдържание и

определянето на отличителен и доминиращ елементи „CONART” в състава на процесната заявка за марка с вх. № 167250, който при сравнението му с отличителния елемент „CONRAD” при по-ранната словна марка EUTM[ЕИК] може да се определи като визуално и фонетично сходни във висока степен. Визуално и фонетично сходство съществува също във висока степен и при сравнението на процесната заявка за марка вх. № 167250 CONART с останалите по-ранни марки, при които отново отличителен елемент е словният елемент CONRAD, а останалите словни елементи имат второстепенен характер, които ще бъдат възприети от потребителите като рекламни елементи. Предвид липсата на смислово значение на словните елементи „CONART” и „CONRAD”, то смислово сравнение между марките не е възможно.

Т.е. и при трите по-ранни марки словният елемент „CONRAD” е този, който в най-голяма степен служи за осъществяване на основната им функция - да отличават стоките и/или услугите на едно лице от тези на други лица, т.е. това е отличителният елемент и при трите по-ранни марки.

Според т.2.2.2.1 от Методическите указания на ПВ за прилагане на чл.11 и чл.12 от ЗМГО (Методическите указания) от 2019г. и утвърдените на 04.02.2025г. при преценката на визуалното сходство на словни марки се отчита броя на идентичните или визуално сходни букви/цифри и тяхното разположение, както и структурата на знака - дали съдържа интервали, тирета, точки, апострофи и др.

Според т.2.2.2.3 от Методическите указания на ПВ за прилагане на чл.11 и чл.12 от ЗМГО (Методическите указания), от 2019г. и утвърдените на 04.02.2025г. при сравнение на словна с комбинирана марка е от значение дали словните им елементи имат много съвпадащи букви и дали словният елемент на комбинираната е силно стилизиран. Когато в състава на комбинираната марка доминира словният елемент, потребителите са склонни да насочат своето внимание към него.

В случая двата знака са напълно идентични.

Според т.1.2.3 от Методическите указания на ПВ за прилагане на чл.11 и чл.12 от ЗМГО (Методическите указания) утвърдени от 04.02.2025г. оценката на фонетичното сходство се основава на звученето на марките, определено от дължината на думата, броя на буквите, броя на сричките, броя на съвпадащите звуци, взаимно 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. Когато марката съдържа дума на чужд език, трябва да се има предвид, че потребителите може да не са запознати с този език, или дори да разбират смисъла на чуждата дума, имат склонност да я произнасят така, както би се произнесла според фонетичните правила на българския език. Когато значителна част от потребителите, благодарение на своята езикова квалификация могат да произнесат чуждата дума по коректен начин, но друга значителна част потребители, поради липсата на такава биха я произнесли съгласно правилата на българския език, и двата начина на произнасяне на думата трябва да бъдат взети предвид при оценката на фонетичното сходство между марките.

Правилно органът е установил, че при фонетичното сравнение между марките показва, че същите съвпадат в пет еднакви звука в словния елемент „конарт“ и „конрад“. Първите три звука са в идентична последователност, а във втората сричка „а“ и „р“ са разменени, като последните фонемите „т“ и „д“ имат изключително близко звучене. Посочените разлики между сравняваните марки внасят известни отлики между тях, но това не елиминира наличието на висока степен на сходство във фонетичен аспект. Изводът се потвърждава и от СМЕ, според която при описаните по-ранни марки отличителният словен елемент „CONRAD” се състои от общо 6 букви, колкото са и буквите при отличителния и доминиращ елемент „CONART” при процесната заявка за марка, като първите три букви съвпадат като подредба, следващите две „R” и „A” също се повтарят, но

са с разменени позиции и единствено последната шеста буква е различна - при едната марка се използва буква "D", а при другата - буква "T". Според заключението на приетата СМЕ във фонетично отношение сравняваните марки също имат висока степен на сходство, което се обуславя от звуковото съвпадение в началото при произнасянето на отличителните им елементи - съответно „конарт“ и „конрад“.

Относно смисловото сходство Органът е установил, че не може да бъде извършен смислов анализ поради фантазийния характер на словните елементи „CONART“ и „CONRAD“, което е потвърдено и от СМЕ.

III. Относно вероятността от объркване:

Съгласно 1.3.1 от Методическите указания на ПВ за прилагане на чл.11 и чл.12 от ЗМГО (Методическите указания) вероятността за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранните марки е създаването на погрешна представа за производителя или търговеца на стоките или услугите, т.е. съществуването на опасност потребителят да вярва, че стоките или услугите са на същите или свързани лица. Вероятност за объркване означава възможност за объркване от страна на съответния потребител и не изисква действително объркване (Решение по дело T- 346/04, Arthur et Fïlicie, EU:T:2005:420, § 69). Преценката на вероятността за объркване е обща и се извършва въз основа на всички относими фактори по конкретния случай. По-специално такива могат да бъдат:- идентичност или степен на сходство на процесната и по-ранната марка; степен на отличителност на по-ранната марка; степен на сходство на стоките и/или услугите; релевантен кръг потребители; начин на пазарна реализация (търговски пътища, начин на предоставяне на стоките и/или услугите и др.); степен на познатост (разпознаваемост) на марките на пазара; връзката, която релевантният кръг потребители може да направи между процесната и по-ранната марка (Решение СЕС, C-251/95, „Sabel“, параграф 22).

Като цяло, общата преценка за фонетично, визуално и смислово сходство на процесната и по-ранната марка трябва да се основава на общото впечатление, което те създават, като се отчита и въздействието на техните отличителни и доминиращи елементи, т.е. изхожда се от предположението, че потребителят възприема марката в нейната цялост, а не разделена на отделни компоненти (Решение СЕС, C-251/95, „Sabel“, параграф 23). Това означава, че тестът относно наличието на вероятност за объркване е не дали марките могат да бъдат разграничени, когато се сравняват едновременно, а дали марките, възприемани от потребителите поотделно, са сходни в степен, при която съществува вероятност за объркване.

Съдът възприема заключението на вещо лице, че при оценката за вероятност от объркване на потребителите се отчита естеството на стоките и услугите, за които се отнасят марките и начина по който тези стоки и услуги обичайно се означават и разпространяват, така например в сферата на предлагането за продажба на стоки от класовете 8, 11 и 17, те се разпространяват предимно в магазини за продажба на инструменти, части, уреди и материали за използване в строителството като търговски центрове, строителни хипермаркети и подобни на тях. Обичайно в тези магазини се предлагат множество различни стоки, от различни производители и марки. Предвид наличието на идентичност между стоките от клас 8, II и 17 при сравняваните марки, високата степен на сходство на отличителният и доминиращ елемент „CONART“ при заявената марка и отличителния елемент на по-ранните марки „CONRAD“ (този елемент беше определен за отличителен и при трите по-ранни марки), което обуславя и наличието на визуално и фонетично сходство между марките, разгледани в цялост, както и липсата на конкретно смислово значение при двата отличителни елемента (CONART и CONRAD), средното ново на внимание на релевантните потребители, които включват както масовия краен потребител, така и

професионалисти в областта, то съществува вероятност от объркване на потребителите, която включва свързване на едната марка с другата. Имайки предвид, че човешкият мозък не е точен регистратор и архиватор на прецизни изображения, вероятността за объркване се преценява не при директно сравнение на двете марки, поставени една до друга, а се разчита на възможността на потребителя да е запаметил по-ранната марка, която да е в достатъчна степен сходна, че да наподобява по-късната и съответно да води до объркване.

В съдебната практика се коментира, а от там е залегнало и в Методическите указания (Решение СЕС, С-251/95 „Sabel”, параграф 18, МУ от 2011 г. - т.3.6.) съществуването на възможност за непряко объркване (вероятност за асоцииране), което представлява объркване, но не по отношение на сравняваните марки, а във връзка с техния произход. Според СЕС 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. Съответно, рискът релевантния кръг потребители да повярва, че въпросните стоки и/или услуги произхождат от същото или от икономически свързани предприятия, представлява вероятност за объркване (Решение СЕС, С-39/97 „Canon”, параграф 29). Вероятност за непряко объркване ще има когато релевантния кръг потребители е в състояние да направи разлика между марките, но може да повярва, че означените с тях стоки и/или услуги произхождат от едно и също или от икономически свързани предприятия.

Според вещото лице релевантния кръг потребители за стоките от класове 8, 11 и 17, които са в списъка на стоките на процесната заявка за марка с Вх. № 167250 CONART е българският потребител, което включва както крайния масов потребител, така и професионалисти в областта на използването на ръчни инструменти и инсталирането на различни уреди и апарати в домакинствата като занаятчии и майстори за извършването на различни ремонтни дейности, при които степента им на внимание може да бъде определена като такава от средно ниво.

Съдът споделя тезата, възприета от Органа, че релевантния кръг потребители на стоките и услугите от конфликтните класове се състои както от професионалисти, така и от крайни потребители, както и тезата за наличие на вероятност за объркване на потребителите, с възможност за свързване на атакуваната с по-ранните марки. Дори и да се приеме, че потребителите не биха объркали марките при директното им сравнение, съществува вероятност същите да възприемат процесната марка като нова разновидност на по-ранните марки, поради което ще възникне вероятност от непряко объркване.

Предвид наличието на идентичност между стоките от клас 8, 11 и 17 при сравняваните марки, високата степен на сходство на отличителният и доминиращ елемент „CONART” при заявената марка и отличителния елемент на по-ранните марки „CONRAD” (този елемент беше определен за отличителен и при трите по-ранни марки), което обуславя и наличието на визуално и фонетично сходство между марките, разгледани в цялост, както и липсата на конкретно смислово значение при двата отличителни елемента (CONART и CONRAD), средното ново на внимание на релевантните потребители, които включват както масовия краен потребител, така и професионалисти в областта, то съществува вероятност от объркване на потребителите, която включва свързване на едната марка с другата. Вероятността за объркване се преценява не при директно сравнение на двете марки, поставени една до друга, а се разчита на възможността на потребителя да е запаметил по-ранната марка, която да е в достатъчна степен сходна, че да наподобява по-късната и съответно да води до объркване.

По изложените съображения, и като съобрази установената идентичност на стоките на заявената и по-ранните марки, съответно висока степен на визуално и фонетично сходство на заявената и по-ранните марки и съществуващата вероятност от объркване, съдът приема жалбата за

неоснователна, поради което следва да я остави без уважение.

При този изход на спора и на основание чл. 143, ал.3 от АПК във вр. с чл. 37 от Закона за правната помощ във вр. с чл. 24 от Наредбата за заплащане на правната помощ, в полза на ответника следва да бъдат присъдени претендираните разноски, под формата на 200 лева юрисконсултско възнаграждение.

Съгласно чл.143, ал.4 от АПК право на разноски имат и заинтересованите страни, за които актът е благоприятен. Заявените претенции за разноски от заинтересованата страна са в размер на 500 /петстотин/ лева, представляващи депозит за съдебно-маркова експертиза.

Съдът, като взе предвид своевременно направените от ответника и заинтересованата страна в хода на съдебното производство претенции за заплащане на разноски, намира че на оспорващия следва да се възложат претендираните от посочените страни разноски в общ размер на 700 лева.

Воден от горното и на основание чл. 172, ал.2 от АПК, съдът

РЕШИ:

ОТХВЪРЛЯ жалба от „Вюрт-България“ ЕООД със седалище [населено място], чрез адв. Д. М. срещу Решение № 261-[1]/23.12.2024г. на Председателя на Патентно ведомство, с което оставена без уважение жалбата против Решение на състав по опозиции от 15.11.2023г. срещу регистрацията на марка с вх. № 167250 „CONART“, комбинирана.

ОСЪЖДА „Вюрт-България“ ЕООД да заплати в полза на Патентно ведомство сумата от 200 /двеста/ лева, представляваща юрисконсултско възнаграждение.

ОСЪЖДА „Вюрт-България“ ЕООД да заплати в полза на CONRAD ELECTRONIC SE, Германия чрез представител по индустриална собственост адвокат Е. Б. Б. – М. сумата от 500 /петстотин/ лева, представляваща депозит за СМЕ.

Решението подлежи на оспорване пред ВАС в 14-дневен срок от връчването му на страните.

Преписи от решението да се изпратят на страните.

СЪДИЯ