

# РЕШЕНИЕ

№ 14356

гр. София, 15.04.2026 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 32 състав, в публично заседание на 11.03.2026 г. в следния състав:**

**СЪДИЯ: Красимира Милачкова**

при участието на секретаря Спасина Иванова, като разгледа дело номер **13564** по описа за **2025** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

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

Образувано е по жалба на „Новоматик“ АГ, А. против решение № РС-158-(1)/13.10.2025г. на председателя на Патентно ведомство (ПВ). Ответникът и заинтересованата страна „Евро геймс технолоджи“ ООД чрез процесуалните си представители оспорват жалбата като неоснователна. След като обсъди доводите на страните и събраните по делото доказателства, съдът в настоящия състав приема следното от фактическа и правна страна.

Жалбата е допустима като подадена от надлежна страна, при наличие на правен интерес, срещу подлежащ на обжалване административен акт и в законоустановения за това срок. Разгледана по същество, е неоснователна.

Производството пред административния орган е образувано по искане с вх. № 70116108/04.04.2019 г. на ПВ, подадено от Novomatic AG, А., за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 83020 FLAMING HOT, комбинирана. Искането е с правно основание чл. 26, ал. 3, т. 1 във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО (отм.), съответстващ на чл. 36, ал. 3, т. 1 във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от понастоящем действащия ЗМГО (Обн., ДВ, бр. 98 от 13 декември 2019 г.). Искането се отнася до всички стоки, за които е регистрирана марка с рег. № 83020 FLAMING HOT. След проведеното проучване издателят на оспорения акт приел, че искането е подадено срещу марка с рег. № 83020 FLAMING HOT, комбинирана, заявена на 02.11.2011 г. и регистрирана на 11.01.2013 г. за стоки от класове 9 и 28 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ), съответно: Клас 9: компютърен софтуер /записан/; Клас 28: игри, които не са включени в други класове. Съгласно библиографските данни марката е със защитени

цветове: жълт, червен, черен, кафяв, светлозелен; и представено изображение. Регистрацията е със срок на действие до: 02.11.2031 г. С искането за заличаване, като по-ранно право са посочени:

1) Марка на ЕС с № 5179387 SIZZLING HOT, словна, заявена на 20.06.2006 г. и регистрирана на 07.12.2007 г. След вписване в Регистъра на марките на Европейския съюз (ЕС) на частична отмяна на регистрацията, действието ѝ е ограничено до стоките от клас 9 на МКСУ „софтуер за казино и развлекателни аркадни игри, за игрални машини, слот машини или видео лотарийни игрални машини“. Марката е със срок на защита до 20.06.2026 г.;

2) Марка на ЕС с № 4883427 ULTRA HOT, словна, заявена на 02.02.2006 г. и регистрирана на 05.03.2007 г. След вписване в Регистъра на марките на ЕС на частична отмяна на регистрацията, действието ѝ е ограничено до стоките от клас 9 на МКСУ „софтуер за казино и развлекателни аркадни игри, за игрални машини, слот машини или видео лотарийни игрални машини“. Марката е със срок на защита до 02.02.2026 г.;

3) Марка на ЕС с № 4449815 Xtra Hot, словна, заявена на 23.05.2005 г. и регистрирана на 20.06.2006 г. След вписване в Регистъра на марките на ЕС на частична отмяна на регистрацията, действието ѝ е ограничено до стоките от клас 9 на МКСУ „компютърен софтуер за казино и развлекателни аркади, по-специално за слот машини, игрални машини или видео лотарийни игри“. Марката е със срок на защита до 23.05.2035г .

От правна страна издателят на оспорения акт приел, че съгласно чл. 70, ал. 2 от ЗМГО искане с вх.№ 70116108/04.04.2019 г. за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 83020 FLAMING HOT е подадено в срока ѝ на действие, заплатена е дължимата държавна такса, подателят е легитимиран да подаде искане от вида на процесното, тъй като е притежател на противопоставените по-ранни права върху марки на ЕС с №№ 5179387 SIZZLING HOT, 4883427 ULTRA HOT и 4449815 Xtra Hot. Лицето, подало искане с вх. № 70116108/04.04.2019 г. на ПВ за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 83020 FLAMING HOT във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, не е упражнило правото си на опозиция срещу нея. По изложените съображения председателят на ПВ приел, че искането е допустимо. При преценката по съществуването му намерил, че е неоснователно.

Посочва се в мотивите на процесното решение, че чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО забранява регистрацията на марка, идентична или сходна на по-ранна марка, ако стоките или услугите на марките са идентични или сходни, когато има вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранната марка, т. е. опасност потребителите да повярват, че стоките или услугите са с общ търговски произход. Съществуването на вероятност за объркване изисква изследване за наличието на по-ранно право върху марка, релевантни потребители, идентичност или сходство между стоките или услугите на атакуваната и по-ранните марки, идентичност или сходство между марките в конфликт, обща оценка на вероятността за объркване. Сравнението между датата на заявяване на атакуваната марка — 02.11.2011 г., и датата на заявяване на марките на ЕС с №№ 5179387, 4883427 и 4449815, които са с действие на територията на Република България от 01.01.2007 г. - 20.06.2006 г., 02.02.2006 г. и 23.05.2005 г., показва, че в полза на Novomatic AG, A., е възникнало по-ранно право върху марки. Преценката на вероятността за объркване трябва да се извърши от позицията на предполагаемите очаквания на средния потребител, който е добре информиран, достатъчно наблюдателен и съобразителен при вземане на решение за покупка. Предвид стоките на марките в конфликт, степента на внимание на потребителите варира от средна към висока. Това се обяснява с факта, че продуктите от класове 9 и 28 на МКСУ, и особено тези от категорията на софтуера, представляват стоки с тясна насоченост. В тях са вложени специални знания при изработването им, често са предназначени за съвместна употреба с други изделия и се характеризират с относително висока

стойност. Анализът на идентичността или сходството на стоките или услугите на марките предполага отчитане на тяхното естество и предназначение, дали са допълващи или конкуриращи се (удовлетворяват ли еднакви или сходни потребности), релевантния кръг потребители и др. Стоките на по-късната марка „компютърен софтуер /записан/“ (клас 9) са идентични на стоките на по-ранните марки „софтуер за казино и развлекателни аркадни игри, за игрални машини, слот машини или видео лотарийни игрални машини“ (марки на ЕС с №№ 5179387 и 4883427) и „компютърен софтуер за казино и развлекателни аркади, по-специално за слот машини, игрални машини или видео лотарийни игри“, (марка на ЕС с № 4449815). Идентичността им се дължи на тяхното отнасяне едни спрямо други като общо към частно. При обосновката на този извод се следва принципът, според който тогава, когато стоките или услугите на атакуваната марка са включени в по-широките понятия, с които са назовани противопоставените такива и обратно, те се считат за идентични, защото по правило имат еднакво естество, форми на разпространение и релевантни потребители. По своята същност стоките на процесната и по-ранните марки споделят един и същ сегмент, който обхваща разнообразни видове програмни продукти, благодарение на които много машини, инструменти и апарати се формират като крайно пазарно предложение с определени свойства, функции и качества.

Посочва се в мотивите на оспорения акт и, че между стоките от клас 28 на МКСУ на процесната марка „игри, които не са включени в други класове“ и стоките от клас 9 на МКСУ на по-ранните марки съществува сходство. То се извежда от тяхното допълване, доколкото софтуерът се явява базата, без която някои категории игри (електронни, онлайн и други подобни) не могат да бъдат задействани, за да изпълнят основното си предназначение. Посоченото е и причина специфични групи от коментираните изделия да съвпадат по отношение на производителите, използваните канали за дистрибуция, местата на действителна реализация, професионалистите, които ги закупуват. Заключение от изложеното е, че стоките от класове 9 и 28 на МКСУ на марките в конфликт са идентични и сходни. Във връзка с вероятността за объркване сравнението между марките включва преценка за наличието на фонетично, визуално и смислово сходство. Отчитат се и отличителните и доминиращите елементи на знаците. Атакуваната марка е комбинирана. Съдържа словните елементи FLAMING и HOT, изписани на латиница, със специфичен шрифт. Двата словни елемента са разположени в поле с неправилни очертания, наподобяващи пламъци. Марката е изпълнена в нюанси на цветовете жълт, оранжев, червен, кафяв и зелен. По-ранните марки са словни и се състоят изцяло от изразите SIZZLING HOT, ULTRA HOT и Xtra Hot, на латиница, със стандартен шрифт.

По отношение на отличителността на марките издателят на оспорения акт посочил, че в цялост процесната и по-ранните марки могат да се приемат за отличителни, макар че думите, от които са изградени съдържащите се в тях словосъчетания, в т. ч. и графичните форми в по-късния знак, за която и да е категория стоки или услуги, са по-скоро с промоционален, отколкото с отличителен характер. Това най-вече важи за прилагателното име HOT/Hot (горещ), което, извън прякото си значение, в преносен смисъл се дефинира като нещо вълнуващо, привлекателно, с напрежение, чиято степен на проявление се подсилва от стилизациите на пламъци (марка с рег. № 83020) и останалите обозначения за признаци или свойства на предметите - FLAMING, SIZZLING, ULTRA, Xtra (пламтящо, много горещо, крайно, допълнително/ необикновено). Доминиращи елементи в марките могат да се търсят единствено в атакувания знак, тъй като, противно на по-ранните знаци, той не е еднокомпонентен, а съдържа две обособени части, които, въпреки че взаимно се балансират, все пак, чрез начина на визуализация на фразата FLAMING HOT (масивен контур на буквите, насложен върху светъл, затъмняващ, се в краищата фон), извеждат израза на преден план, подчертавайки водещата му в границите на композиционния замисъл роля.

При преценката относно фонетичното произнасяне на марките административният орган приел, че е ясно при озвучаването на знаците, че те са с несходна първа част на включените в тях фонетични структури - редица от две съгласни, двойна гласна и една съгласна в по-късната марка срещу строеж от една съгласна, една гласна и две съгласни (марка на ЕС с № 5179387), респ. една гласна, три/четири съгласни и една гласна (марки на ЕС с №№ 4883427 и 4449815). Припокриване в произнасянето на марките има само в края на сравняваните съвкупности - последните шест звука на процесната марка и марка на ЕС с № 5179387 и последните три звука на марка с рег. № 83020 и марки на ЕС с №№ 4883427 и 4449815. Следователно изговарянето на състава на думите в марките, независимо от интонацията, интерпретацията на някои от фонемите и ритъма на речта, ги обуславя като сходни в много ниска степен, защото пресъздаването им в общ фонетичен набор придава различна звукова стойност на тяхното начало.

Отбелязва се в мотивите на процесното решение и, че визуално атакуваната марка представлява цветно изображение на горящ огнен пламък, ориентирано хоризонтално, с надпис в центъра, образуван от десетте главни букви F-L-A-M-I-N-G-H-O-T, с удвоен, масивен контур и полихромна текстура в жълти и бледо зелени нюанси. В противовес на процесната марка, по-ранните марки се състоят от графични символи, групирани в линии от единайсет (марка на ЕС с № 5179387), осем (марка на ЕС с № 4883427) и седем знака (марка на ЕС с № 4449815), с интервал, разделящ всяка последователност на две секции, първата от които от осем, пет и четири букви, а втората — от три. Външният вид на по-ранната марка на ЕС е № 4449815 е допълнен с динамика, постигната чрез използването на малки и големи букви при строежа на редицата X-t-r-a-H-o-t. Предвид поддръждането в пространството и художественото възпроизвеждане на компонентите на марките в конфликт, при съпоставянето им те съвпадат в графемите I-N-G и H-O-T/H-o-t, при чието изграждане не са приложени сродни изразни средства — в по-късната марка цитираните графични знаци са представени с помощта на съвкупност от разнообразни форми, цветове и линии, докато в по-ранните те са стандартни, с известно движение в марката на ЕС с № 4449815, където главните символи H-O-T са заменени с една голяма буква H и две малки букви o-t. Ето защо, дори да има визуална близост между марките, тя е в коментираните съвкупности, които, тъй като се разминават стилистично, спомагат за възприемането на знаците като визуално сходни в много ниска степен.

Относно семантиката издателят на оспорения акт посочил в мотивите си, че в превод от английски език марките ще се разпознаят като предаващи идеята за достигната висока степен на топлина на даден предмет или явление — HOT/Hot (горещ), или, в случай на употреба за окачествяване на някакво субективно усещане или състояние, за нещо вълнуващо, привлекателно, с напрежение. При всяка от марките това значение е персонализирано чрез добавянето на още едно прилагателно име или наречие, уточняващи дадените обстоятелства - FLAMING (пламтящо), SIZZLING (много горещо — самостоятелно или в съчетание с думата Hot), ULTRA (крайно) и Xtra (изговарящо се Extra: допълнително, а като форма на съкращение на думата Extremely - изключително, необикновено). Противоположно на комбинациите SIZZLING HOT, ULTRA HOT и Xtra Hot (по-ранните марки), които въвеждат темата за определен белег на обектите, без да ги поясняват, процесната марка наред със словния елемент FLAMING HOT включва и цветното изображение на силно разпален огън, което позволява по-конкретно семантично тълкуване - пламтящ горещ огън (огън, който значително увеличава топлината). Тогава, от гл. т. на значението и дообогатената концепция на атакувания знак, сравняваните марки са смислово сходни в ниска степен, защото, извън схващането за различните фази на усещането за висока температура, вълнение, напрежение (Sizzling Hot, Ultra Hot и Xtra Hot), което в по-късната марка е предадено чрез по-нехарактерното понятие Flaming Hot, знаците се индивидуализират с

известни отклонения в съдържанието — директната представа за огън, отделящ висока топлина (марка с рег. № 83020), и абстрактната идея за горещина, жар, тревожност, оживление, примамливост (противопоставените марки). От направеното сравнение заключението е, че между марките има много ниска степен на фонетично и визуално сходство и ниска степен на смислово сходство.

Посочва се в мотивите на оспореното решение и, че вероятността за объркване на релевантните потребители зависи от изпълнението на различни елементи, и по-специално, разпознаваемостта на по-ранната марка; връзката, която може да се направи с процесния знак; степента на сходство между марките и стоките и услугите им. Вероятността за объркване се преценява общо въз основа на всички относими по случая фактори. При вероятността за объркване определяща роля играе впечатлението, което марките създават у потребителите. Сравнението на процесната с по-ранните марки разкрива припокриване в словния елемент HOT/ Hot, което е по-слабо във визуален и по-силно във фонетичен и семантичен аспект. Общият за марките елемент обаче се явява неотличителен за която и да е продуктова категория, в т. ч. и за компютърен софтуер, софтуер за хазартни машини и игри, във връзка с което административният орган взел предвид съдебна практика. Думата е навлязла в широка употреба като понятие, което служи за означаване на желани и търсени от потребителите характеристики на изделията. В процеса на промотиране и продуктово позициониране, например, то често се включва като средство за създаване на положителни емоции и послания за качествата на стоките и услугите като новост, атрактивност, привлекателност. Независимо че в състава на сравняваните марки думата е представена на английски език, от гл. т. на възприятията на релевантните потребители в страната нейното значение и ролята ѝ в речта остават непроменени. Казаното се обяснява с обстоятелството, че терминът HOT/ Hot е част от базовите знания на езика и нерядко се използва в търговската практика, в оригиналната си граматична форма, или като указание за свойствата на стоките, или при презентирането на отделни продуктови групи и сегменти. По този начин означението се превръща в банално за българския потребител, за когото, без да е необходимо да притежава специални езикови умения, думата е с несъмнена семантика и не налага размисъл, проучване или анализ. В контекста на стоките от класове 9 и 28 на МКСУ на марките в конфликт неотличителността на думата HOT/ Hot даже се засилва. Естеството на хазартните игри много повече предполага експлоатирането на определения за екстремни състояния на явления и предмети, които веднага привличат вниманието и приканват към незабавно потребление и получаване на свръх очакван резултат. Също така спецификата и класификацията на видовете игри съдържат разнообразни критерии за разграничаване на тяхната тематика, сред които трайно са се наложили термини и символи, свързани с огън, дракони, злато, диаманти, фараони и други, чиято цел е да мултиплицират забавлението и чувството за непрекъсната печалба. Наред с неотличителността на словния елемент HOT/Hot, прегледът на процесната и по-ранните марки сочи разминаване и в останалите компоненти в състав им, респ. във въздействието на знаците в цялост. Действително, съгласно доводите на искателя, атакуваната и по-ранната марка SIZZLING HOT се припокриват фонетично и донякъде визуално както в елемента HOT, така и в последните три звука/графема ING (FLAMING и SIZZLING). Но като същност наставката ING изразява формата за прилагателно име (FLAMING) и за наречие (SIZZLING) в английския език, което, подобно на термина HOT, не допринася за отличаване на съвпадащата група от шест символа ING HOT. В случая водещо за разграничаването на марките е несходното начало FLAM и SIZZL. Отново според съда различieto в знаците, с които започват фразите (в обсъждания спор FLAMING HOT и SIZZLING HOT), оказва много по-голямо влияние върху общото впечатление за ниска степен на сходство, отколкото аналогичните съвкупности ING HOT, с които завършват.

Факт, който произтича от поставянето на компонентите FLAM и SIZZL на първа позиция в редиците FLAMING HOT и SIZZLING HOT и от това, че словните елементи на марките ще бъдат възприети и запомнени чрез посоката им на прочитане - от ляво на дясно, а не от дясно на ляво. Оттук, с отчитане на комбинирания характер на по-късната марка, следва, че несходните раздели отпред ще бъдат забелязани преди тъждествените части в края на двата израза. С оглед на строежа на другите по-ранни марки ULTRA HOT и Xtra Hot, изведените по отношение на процесната и противопоставената марка SIZZLING HOT изводи се прилагат в още по-голяма степен, тъй като при цитираните марки на ЕС единственото съвпадение с по-късния знак е в определения като неотличителен елемент HOT/Hot.

Посочва се в мотивите на процесното решение и, че сходство между марките не се постига и чрез семантиката, защото пълно припокриване в смисъла е налице само в словния елемент HOT/Hot и ненапълно в съчетанието му с думите FLAMING, SIZZLING, ULTRA и Xtra. Разгледан поотделно всеки един от изразите напомня идеята за нещо, което е много горещо; току що се е появило; изгодно, желано, примамливо е. При все, че изброените добавки доразвиват основния замисъл на марките, те нито водят до преодоляване на неотличителния характер на термина HOT/Hot, нито доближават концепциите на знаците в конфликт. Напротив, докато в по-ранните марки представата за вариации на необичайни състояния е неосезаема, поради липсата на предмет, към който да се отнесат, в атакувания знак тя е категорична - смесването на словни и фигуративни елементи създава внушението за пълна композиционна завършеност на прякото или метафоричното схващане за силен огън, с висока топлина и интензивни пламъци. При семантиката не е за пренебрегване и фактът, че значението на думите FLAMING и SIZZLING (SIZZLING HOT) на английски език е доста присъщо, което налага малко по- висока от средната степен на владеенето му от българските потребители, за да се допусне незабавно разпознаване на посланието, което предават. В рамките на общата оценка на вероятността за объркване и релевантните купувачи проявлението на разликите във фонетиката, визията и семантиката се повишава. Софтуерът и игрите в областта на хазарта представляват специфична технология за организиране и провеждане на залагания. Тяхното предназначение е за лицата, предоставящи услуги в областта на хазартните развлечения, които са специалисти, изборът им на вложение е информиран и е предшестван от предварително наблюдение на пазара, поведението и нуждите на клиентите. По тази причина при вземането на решение за покупка вниманието им ще е относително високо, което предполага занижена вероятност за объркване. При продуктите за забава е налице сериозно застъпване на възпроизвеждането на образи, проектирани чрез разнообразни изразни средства за привличане на интереса. Така моментът на придобиване и употреба задължително включва осъществяването на директен зрителен контакт, което превръща графичната структура на означените върху тях знаци в значим, в сравнение със звученето и смисъла, показател за съществуването на вероятност за объркване. От посоченото и предвид заключението за много ниска степен на визуално сходство между процесната марка и марките на искателя няма вероятност потребителите да се объркат относно произхода на стоките.

Относно възможността за свързване на по-късния с по-ранните знаци, образуващи според искателя фамилия (серия) марки административният орган приел, че в периода 2001 - 2019 г., искателят, принадлежащите към групата му от предприятия дружества и трети лица (търговци) са осъществявали на територията на ЕС пласмент на игрални съоръжения, игрален софтуер и казино услуги. Предлаганата от групата Novomatic гейминг селекция е сбор от множество игри за казино, които са автономни или са част от постоянно актуализиращ се комплексен микс, свързан с поддържащи индивидуален асортимент от игри платформи и обособен в комбинации от игрови категории. Всяка от игрите е означена с различни елементи, сами или обединени на базата на

конкретни признаци - концепция, визия, заглавие, съставни фрагменти. Според доказателствата отделните знаци предават характерните и превърнали се в обичайни за слот игрите (ротативните) тематика, чиято цел е да окажат максимално визуално въздействие у потребителите, да направят играта атрактивна и да засилят желанието за забавление посредством залагане на малки суми и получаване на бързи печалби с висока възвращаемост. Експресията за свръхпривлекателност, развлечение и облага, която носят означенията върху игрите, расте още повече от съпътстващата продуктите гейминг информация и вкаранията в нея промо фрази. Посочва се в мотивите на процесното решение, че с оглед наведените съображения и предвид неизмененото вследствие на демонстрираното използване на по-ранните марки впечатление от думата HOT/Hot като неотличителна за игрален софтуер заключението е, че общият за противопоставените знаци словен елемент не е способен да изпълни функцията на свързващ марките в една серия (фамилия) компонент. Вън от горното, констатацията за липса на формирана от термина HOT/Hot поредица може да се изгради и въз основа на други предпоставки. В изброените словосъчетания елементът HOT/Hot непрекъснато мени позицията си, присъствайки както в началото, така и в края на изразите. Освен по отношение на мястото, няма константност и в значението на придружаващата коментирания знак дума или съвкупност от думи - наречия, съществителни имена и цели фразеологични комбинации. Отсъствието на опосредствана от понятието HOT/Hot връзка между марките показва и тенденцията за развитие на серии, при които като повтарящ се елемент се явява или първата част в названията, или името на някоя от игровите категории. В добавка към изведеното възприятието на кръга потребители допълнително се влияе и от спецификата на мулти гейминг решенията и процесът им на пазарна реализация. При игровите миксове прекият контакт с марките като множество от варианти на фиксирани последователности в голяма степен намалява. От една страна, в чисто търговски аспект, предмет на сделките, според счетоводните свидетелства, е софтуерът като такъв, който се идентифицира със собствено означение. От друга страна, във фазата на крайно потребление, този софтуер, който съдържа определен набор от игри, в колаборация със съответната гейминг платформа, която също включва специфична игрова селекция, се обективира пред потребителя чрез опция за посочване на дадена игрова категория, отново със свой игрови асортимент. Точно така вероятността играчът регулярно да попада на идентична група от графики (знаци) значително спада, защото не винаги произволният или нарочният избор на категория едновременно ще визуализира всички игри с дублиращи се в заглавието. От изложеното следва, че съществуването на възможност за асоцииране на процесния знак с по-ранна серия от марки остава непотвърдено, а заключението за липса на вероятност за объркване - непроменено. По тези съображения и на основание чл. 76, ал. 7, т.1 от ЗМГО (в приложимата предходна редакция) е оставено без уважение искане с вх.№ 70116108/04.04.2019 г. за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 83020 FLAMING HOT, комбинирана.

В производството пред съда не бяха установени обстоятелства, годни да обосноват извод, различен от формирания от административния орган. Прието е заключение на съдебно-маркова експертиза, което съдът в настоящия състав възприема като обективно, компетентно и съответно на обстоятелствата по делото, с изключение на изложените от вещото лице правни изводи. В заключението се посочва, че в процесната марка ясно се разграничават два компонента - фон с неправилни очертания, наподобяващ пламъци и словна част FLAMING HOT. Нито един от двата компонента няма описателен характер по отношение на стоките от клас 9 компютърен софтуер /записан/ или клас 28 игри, които не са включени в други класове. Прилагателното HOT само по себе си може да се разглежда в преносен смисъл като актуално, модерно, успешно, интензивно, напрегнато, търсено, желано, сензационно. В част от тези си оценъчни преносни смисли то може да се разглежда като хвалебствено по отношение на стоките по процесната марка и като такава

самостоятелно не би имало необходимия отличителен характер. Поради това вещото лице счита, че отличителността на знака се носи от словната част FLAMING заедно с фигуративния елемент. Процесният знак е двукомпонентен, съставен от фон с неправилни външни очертания в черен цвят и вътрешност с ярки преливащи цветове от жълто към червено, оранжево и кафяво. Във фона е разположена болдвана словна част FLAMING HOT с външен контур в червено-кафяв цвят и вътрешна част, преливаща отгоре надолу от бяло към жълто и светлозелено. В така описания знак трудно може да се определи кой от компонентите доминира визуално. Това е така, тъй като фонът на практика е най-голямата част в изображението, като същевременно словната част е изпълнена с удебелен шрифт с главни букви и в цветовете, което я прави лесно четима върху фона. Поради това вещото лице счита, че в случая двата компонента на знака са съвместно доминиращи. Словната част FLAMING HOT в директен буквален превод означава «пламтящо горещ». Същевременно този израз функционира като устойчив израз (идиом), чието общо значение не може да се изведе директно от значенията на отделните думи. Идиомът се отнася до нещо изключително привлекателно или желано, често използвано за описание на нечий физически вид или черти на личността. Терминът произлиза от популярната закуска Flamin' Hot Cheetos, която е известна със своя пикантен и пристрастяващ вкус. Според цитиран речник, означава „Изключително пикантен или огнен на вкус, често използван за описание на храна, която има висока степен на лютивост от подправките“; друго значение: „С ярък или наситен цвят, особено червен или оранжев, напомнящ пламъци». Предвид цитирания директен превод на словната част FLAMING HOT заедно със стилизирания фон се създава асоциация за ярки интензивни пламъци, а функционирането на словния елемент като идиом носи асоциация за нещо изключително привлекателно или желано. Комбинацията от асоциации, която създават образният и словният елемент на марката, взаимно се подсилват, носят отличителността на знака, но и подсъзнателно послание за нещо ценно и привлекателно. И двата компонента притежават присъща отличителност за стоките от класове 9 и 28, доколкото не описват тези стоки, нямат хвалебствен характер и не могат да бъдат свързани по какъвто и да било начин със стоките, за които се използва знакът. Следователно знакът, разгледан в неговата цялост, е годен да идентифицира стоките от класове 9 и 28. Използваният стилистичен похват е насочен към постигане на оригинална визия и е натоварен с асоциации, целящи да го направят привлекателен и търсен от потребителите.

Относно визуалното сравнение вещото лице посочва, че противопоставените марки са словни, изписани със стандартен шрифт. С решение на двата компонента на комбинираната марка FLAMING HOT е първата голяма разлика между него и противопоставените словни марки. Яркото цветово решение на фона и словният елемент са първото, което ще забележат и запомнят потребителите. Словният елемент FLAMING HOT е съставен от две думи и общо 10 букви. Поранната марка SIZZLING HOT също е съставена от две думи, но броят на буквите е 11. Дължината на знаците е сходна. Първите думи в сравняваните марки се различават по своето начало FLAM - и SIZZL- и имат идентични крайни три букви -ING. Различното начало на знаците създава различно визуално впечатление, независимо от общия край -ING. Вторите думи HOT в двете марки са идентични. Вещото лице счита, че марките, разгледани в тяхната цялост, са визуално сходни в много ниска степен, въпреки изброените сходства в дължината на словния елемент и идентичните букви в края. Това заключение се отнася и до другите две противопоставени регистрации ULTRA HOT и Xtra Hot, чиято дължина и идентични елементи са значително по-малко в сравнение с марка SIZZLING HOT, поради което сходството за тях е в още по-ниска степен. Относно фонетичното сходство вещото лице заключава, че потребителите лесно ще разграничат двете марки, защото ще запомнят ясно различните начала на марките. Посочва, че

марките FLAMING HOT и SIZZLING HOT са фонетично сходни в ниска степен, главно заради идентичната наставка -ING в първите думи и идентичната втора неотличителна дума HOT. Относно другите две по-ранни марки ULTRA HOT и Xtra Hot фонетичното сходство е още по-ниско, поради напълно различната фонетика на първите отличителни думи в тях.

Относно семантичното сходство в заключението се посочва, че според различни речници SIZZLING означава цвърчащ, много топъл, горещ. По отношение на FLAMING в речниците се срещат следните значения с примери към тях: горене с ярък пламък; много ярък цвят или светлина; наподобяващ или предполагащ пламък по цвят, блясък или вълнообразен контур; пламтящ факел. Използва се и като усилваща дума за подсилване на израза: «Ти си пламенен идиот». Семантиката на думата ULTRA се превежда като: свръх-; ултра-; крайно / изключително. Семантиката на Xtra (EXTRA) в превод: много; изключително; допълнително. Очевидният извод е, че самостоятелно семантиката на по-ранните марки SIZZLING, ULTRA и (EXTRA) и процесната FLAMING се различава значително. Втората дума HOT в състава на марките еднозначно се превежда като горещ. Семантичното сходство между сравняваните марки е слабо и се дължи основно на общата втора дума в тях - HOT. Същевременно първите думи в марките създават различни асоциации - различна степен на горещина за по-ранните и горене с ярки пламъци или нещо привлекателно и желано за процесната марка. Вещото лице заключава, че е налице ниска степен на сходство по всички критерии - визуално, фонетично и семантично. Тази ниска степен на сходство не създава вероятност за объркване, доколкото потребителите ще възприемат и запомнят знаците по различен начин - процесният с ярките цветове и семантична асоциация с ярки пламъци, а по-ранните като различна степен на горещината. Приведените извадки от речници и направеният анализ показват различна семантика на началните думи, носещи отличителността на марките и следователно ниско семантично сходство на марките в цялост. Тази ниска степен на семантично сходство не е достатъчна, за да обоснове извод за семантично сходство до степен да преодолее ниската степен на визуалното и фонетичното сходство. Вещото лице намира, че общият елемент HOT няма отличителен характер и следователно не е налице втората част от кумулативното условие за фамилия марки - отличителност на общия елемент, в случая - HOT. Наличието на голям брой марки с елемент HOT на множество притежатели не предполага „потребителите да смятат, че оспорваната марка също е част от серията, т. е. че стоките и услугите могат да произхождат от същото предприятие или от такива, свързани с него“, каквото е второто условие за фамилия марки.

Заключението на съдебно-марковата експертиза не установява факти, различни от възприетите от административния орган. Последният е постановил решението си при изцяло изяснени релевантни факти и след подробен анализ на същите, в съответствие с цитираната съдебна практика. Предвид изложеното и като извърши преценка на законосъобразността на акта в съответствие с чл.168, ал.1 АПК съдът в настоящия състав намира, че решението е постановено от компетентен орган в установената форма; при това не са допуснати съществени нарушения на административнопроизводствените правила и решението е в съответствие с материалноправните разпоредби и целта на закона.

С оглед изхода на делото и на основание чл.143, ал.3 и ал.4 АПК следва да бъдат уважени исканията на ответника и ЗС съответно за юрисконсултско възнаграждение и за възстановяване на разноските по делото. Установява се такива да са направени от ЗС в размер на 1670 евро, представляващи адвокатско възнаграждение, платено съгласно представения договор за правна помощ, фактура и преводно нареждане от 30.01.2026г. Размера на юрисконсултското възнаграждение съдът определя на 200 лева, съобразно чл. 24 от Наредбата за заплащането на правната помощ, издадена на основание чл. 37, ал. 1 от Закона за правната помощ. Сумата следва

да бъде превалутуирана по правилата на чл.12-13 Закона за въвеждане на еврото в Република България (ЗВЕРБ). Съгласно чл.3-5 ЗВЕРБ, решение (ЕС) 2025/1407 на Съвета от 8 юли 2025 година относно приемането на еврото от България, считано от 1 януари 2026 г. и Регламент (ЕС) 2025/1409 на Съвета от 8 юли 2025 година за изменение на Регламент (ЕО) № 2866/98 по отношение на валутния курс към еврото за България, към настоящия момент официална парична единица е еврото, равностойно на 1,95583 български лева. Съответно, възнаграждението в случая възлиза на 102,26 евро. Сумата е дължима на ПВ, в съответствие с чл.79, ал.2 от Закона за патентите и регистрацията на полезните модели.

Предвид изложеното и на основание чл.172, ал.2 АПК, съдът

**РЕШИ:**

**ОТХВЪРЛЯ** жалбата на „Новоматик“ АГ, А., с № 69548b в Австрийския търговски регистър, против решение № РС-158-(1)/13.10.2025г. на председателя на Патентно ведомство.

**ОСЪЖДА** „Новоматик“ АГ, А., с № 69548b в Австрийския търговски регистър, да заплати на Патентно ведомство сумата 102,26 евро (сто и две евро и двадесет и шест цента) – юрисконсултско възнаграждение.

**ОСЪЖДА** „Новоматик“ АГ, А., с № 69548b в Австрийския търговски регистър, да заплати на „Евро геймс технолоджи“ ООД, с ЕИК[ЕИК], сумата 1670 (хиляда шестстотин и седемдесет) евро – разноски по делото.

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

Съдия: