

РЕШЕНИЕ

№ 6162

гр. София, 16.02.2026 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 38 състав, в
публично заседание на 26.01.2026 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Ивета Стефанова

при участието на секретаря Елена Георгиева, като разгледа дело номер **9178** 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 Административнопроцесуалния кодекс (АПК), вр. с чл. 84, ал. 1 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).

Образувано е по жалба от NOVOMATIC AG, А. против Решение № РС-104-[1] от 23.06.2025 г. на председателя на Патентно ведомство. По поддържаните оплаквания за процесуална и материална незаконосъобразност на атакувания административен акт се иска отмяната му, решаване на спора по същество и присъждане на деловодните разноски.

Ответникът - председателят на Патентно ведомство (ПВ/Ведомството), чрез юрк. Д., оспорва жалбата. С отричащи основателността ѝ доводи, моли да бъде отхвърлена. Претендира юрисконсултско възнаграждение. Възражава срещу размера на заявления от жалбоподателя адвокатски хонорар.

Заинтересованата страна „Евро Геймс Технолоджи“ ООД, чрез адв. С., поддържа становище за неоснователност на оспорването. Моли да ѝ се присъдят разноските по делото. Прави възражение за прекомерност на претендираното от оспорващия възнаграждение за адвокатска защита.

Жалбата е допустима, но неоснователна.

NOVOMATIC AG, А., в качеството му притежател на марки на Европейския съюз №[ЕИК] SIZZLING HOT и №[ЕИК] FIERY HOT – словни, е сезирало Патентно ведомство с искане вх. 70117862/03.05.2019 г. за заличаване регистрацията на притежаваната от „Евро Геймс Технолоджи“ ООД марка с рег. № 97006 40 BURNING HOT, комбинирана. Искането е аргументирано с идентичност на стоките и услугите, означавани с атакуваната и с противопоставимите марки, висока степен на визуално, фонетично и смислово сходство между съпоставяните марки и вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за

свързване с по-ранната марка – предпоставки по чл. 26, ал. 3, т. 1, вр. с чл. 12, ал. 1, т. 2 и ал. 2, т. 5 ЗМГО (отм.), съответно по чл. 36, ал. 3, т. 1, вр. с чл. 12, ал. 1, т. 2 и ал. 2, т. 7 от действащия ЗМГО, приложим към заварените правоотношения на основание § 5, ал. 2 ПЗР на същия закон.

Производството пред Патентно ведомство е прекратено в частта относно марка на ЕС №[ЕИК] FIERY HOT, поради което предметът му се свежда до твърдения конфликт на националната комбинирана марка със словната марка на ЕС №[ЕИК] SIZZLING HOT.

Със заключителния за административното производство акт, поправен с Решение № РС-173-[1] от 27.10.2025 г. в частта относно индивидуализацията на стоките от клас 28 на МКСУ, за които е регистрирана атакуваната марка, председателят на Патентно ведомство е оставил без уважение искането за заличаване регистрацията на марка с рег. № 97006 40 BURNING HOT с отричащи извършването ѝ в нарушение на забраната по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО мотиви. Според преценката на решаващия орган единствено продуктовете категории „компютърен софтуер /записан/“ от клас 9 на МКСУ и „игри, които не са включени в други класове, игрални автомати, действащи с монети, банкноти и карти, игрални машини за хазартни игри“ от клас 28 на МКСУ на по-късната марка разкриват известно сходство със стоките от клас 9 на по-ранната марка „софтуер за казино и увеселителни аркадни игри, за игрални машини, слот машини или видео лотарийни игрални машини“, като по отношение на стоките „компютърен софтуер /записан/“ и „игри, които не са включени в други класове“ то е в ниска степен. Въз основа на аналитична съпоставка на елементите на комбинираната и словната марка е формиран извод за изключително ниска степен на визуална и фонетична прилика и ниска степен на смислова близост между марките, като разглеждането им в цялост е обусловило заключението, че марките са сходни в ниска степен. При изследването на въпроса за вероятността от объркване, освен горните фактори, е отчетено завишеното ниво на внимание на релевантния кръг потребители и надделяващото визуално възприемане на търговските знаци, изключващо възможността поради единственото съвпадение на думата „hot“ потребителите да направят връзка с по-ранната марка, съответно да бъдат подведени, че означаваните с двете марки стоки произхождат от един и същ търговски източник. Без важност за преценката на възможна тяхна заблуда е счетено твърдението за притежавана от оспорващия фамилия (серия) от марки, съдържащи елемента „hot“, доколкото искането за заличаване е въведено само по отношение на конкретна негова марка.

Заключението на допуснатата по делото съдебно-маркова експертиза е дало отговор на въпроса относно сходството на стоките на сравняваните марки съобразно тяхното естество, предназначение, начин на използване, възможност за допълване или конкуриране, обичаен произход, потребителски кръг и канали на разпространение, отричайки наличието на такова. Изследван е въпросът дали марките имат отличителен и доминиращ компонент. В резултат на анализ на визуалните, фонетичните и семантичните характеристики на сравняваните марки вещото лице е установило изключително ниска степен на визуално и фонетично сходство и липса на смислово сходство между по-ранната и оспорената марка.

Извършената в изпълнение на чл. 168 АПК служебна проверка констатира, че атакуваният административен акт, публично достъпен на интернет-страницата на Патентно ведомство, не е засегнат от отменително основание по чл. 146 АПК.

Решението е постановено от компетентен държавен орган в съответствие с нормативно предоставените му правомощия - чл. 76, ал. 8 ЗМГО.

Оспореното волеизявление е обективизирано в надлежна форма и съдържа изискуемите от закона реквизити – чл. 59, ал. 2 АПК. В акта са изложени фактическите констатации и правните основания за административно разпореденото, даващи възможност за упражняване на контрол за законосъобразност от съда и гарантиращи правото на защита на страните.

В противовес на защитната теза на оспорващия, при постановяване на обжалвания акт не са допуснати нарушения на административнопроизводствените правила. Органът се е произнесъл по допустимо сезиране, при надлежно проведена процедура, в рамките на която на двете дружества е осигурено правото на участие и на защита на техните права и интереси в пълен обем. Решението е взето въз основа на изготвено становище на състава по спорове – чл. 76, ал. 7, т. 1 ЗМГО, след изясняване на фактите и обстоятелствата от значение за случая, анализ на събраните доказателства и обсъждане становищата на страните. Оплакването на жалбоподателя за несъобразяване на всички негови доводи е бланкетно и само по себе си не обуславя засягане на акта от съществен процесуален порок, доколкото не е налице игнориране на релевантни за спора съображения, които биха могли да доведат до различно по съдържание волеизявление от постановеното.

Спорът по делото се концентрира върху приложението на материалния закон. Предметът му е очертан от противоречието в позициите на страните по въпроса за осъществяването на елементите от фактическия състав на разпоредбата на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО - идентичност или сходство между по-ранната и атакуваната марка; идентичност или сходство на стоките и услугите на двете марки; вероятност за объркване на потребителите, която включва възможността за свързване с по-ранната марка. Упражняването на правомощието на административния орган по чл. 36, ал. 3, т. 1 ЗМГО е обусловено от кумулативното проявление на всички визирани в цитираната относителната забрана за регистрация на марката предпоставки.

Съответен на доказателствата и на материалноправните разпоредби е изводът на председателя на Патентно ведомство за неоснователност на заявеното пред него искане за дерегистрация на по-късната марка.

Предмет на оспорване е регистрираната на 24.03.2017 г. комбинирана марка, със срок на закрила до 09.05.2026 г., състояща се от съчетание на числото „40“ и думите „BURNING HOT“, изписани в зелен цвят със специфичен удебелен шрифт с букви на латиница и оградени с тънък контур. Изображението е със защитени цветове - зелен и кафяв. Проверяваната национална марка е регистрирана за следните стоки съответно от клас 9: „апарати за записване, предаване или възпроизвеждане на звук или образ, компютърен софтуер /записан/, монитори /компютърен хардуер/“ и клас 28: „игри, които не са включени в други класове, игрални автомати, действащи с монети, банкноти и карти, игрални машини за хазартни игри“.

Притежаваната от оспорващия марка на Европейския съюз е регистрирана на 07.12.2007 г. като словна, с действие във времево отношение до 20.06.2026 г. Представена е от две думи, изписани с главни букви на латиница "SIZZLING HOT". Обхватът ѝ на закрила е ограничен до следните стоки от клас 9 на МКСУ: „софтуер за казино и увеселителни аркадни игри, за игрални машини, слот машини или видео лотарийни игрални машини“.

По делото е безспорно, че в полза на жалбоподателя е възникнало по-ранно право върху марка. Дали това право е противопоставимо на притежаваната от заинтересованата страна по-късна марка разрешение дава преценката на критериите по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО.

В. е изводът на административния орган за липса на сходство между обхванатите от закрилата на по-ранната марка стоки от клас 9, представляващи специализиран софтуер със строго дефинирана насоченост, и стоките от клас 9 на по-късната марка - „апарати за записване, предаване или възпроизвеждане на звук или образ“ и „монитори /компютърен хардуер/“, характеризиращи се като устройства, машини, уреди, технически средства/оборудване без конкретна спецификация. Различното естество, предназначение, начин на разпространение и използване на сравняваните продукти изключва сходство между тях. Несподелимо е разбирането на оспорващия за възможно тяхно допълване, доколкото подобна взаимовръзка изначално не е налице. Дори да се приеме

хипотетично, че стоките на двамата търговци са допълващи се, този фактор не е достатъчен да преодолее фундаменталното разграничение между тях, основано на водещите критерии за преценка на идентичност или сходство, изведени в Насоките на СЕИС. Правилни са съжденията на решаващия орган, че продуктите „компютърен софтуер /записан/“ от клас 9 на атакуваната марка са сходни само в ниска степен на цитираните стоки на по-ранната марка, тъй като въпреки общото им естество и възможност за съвпадащи производители и потребители, специфичното предназначение на софтуера на жалбоподателя и конкретната му област на приложение (хазарт), в отлика от общата категория стоки на по-късната марка, свежда сходството на съпоставяните продукти до минимум.

Съдът намира, че стоките от клас 28, включени в регистрацията на по-късната марка, не са сходни на стоките от клас 9 на противопоставената марка, по съображенията, важими за съпоставката между софтуерни продукти и устройства, машини и уреди. Евентуалното възприемане на становището за наличие на сходство между тях, черпено от възможно съотношение на допълване, не променя извода, че то е в ниска степен, предвид специфичната хазартна насоченост на въпросния софтуер и разликата в предназначението и потребителския кръг на сравняваните стоки. Стоките с хазартен характер на по-ранната марка са адресирани към бизнес средите, разработващи съответен специализиран софтуер, докато насочеността на продуктите на атакуваната марка е преимуществено към крайния потребител.

Законосъобразна е преценката на председателя на Патентно ведомство за ниска степен на сходство на противопоставените марки, основана на визуално, фонетично и смислово сравнение на знаците при възприемането им в цялост.

Словните марки по хипотеза не притежават доминиращ елемент, а в изображението на процесната комбинирана марка с оглед композиционното ѝ представяне и начин на оформление (еднакъв шрифт, размер, цвят, мащаб, разположение) също не се диференцира визуално изпъкващ компонент. Отличителността на търговските знаци е обусловена от словните елементи, присъстващи в тях, в случая – от цялостните изрази „SIZZLING HOT“ и „40 BURNING HOT“. Смесовото многообразие на двата изрази е без значение за отличителността им, тъй като те не описват присъщи характеристики на означаваните с марките стоки в клас 9 и 28. Липсата на описателност на включените в марките думи спрямо стоките, за които се отнасят, ги окачествява като нормално отличителни елементи. Противно на представата на жалбоподателя, общият за двата знака словен елемент „HOT“ е лишен от отличителност. Мотивите на органа в този смисъл са споделими и в унисон със съдебната практика. Думата „HOT“ има широко разпространена употреба, наложила се като рекламно послание по отношение на всякакъв вид стоки или услуги, като използването ѝ служи за подчертаване на положителните им аспекти, наблюдайки обичайно на качествата новост или привлекателност.

Изследването на процесните марки във визуален аспект предполага пренебрежимо ниска степен на прилика между тях. Споделянето само на един общ неотличителен елемент (думата „HOT“), поставен в края на композицията, цветовото представяне и графичното оформление на по-късната марка допринасят по-ранната марка да не бъде разпозната в състава на атакуваната. Несъвпадащите им начални части привличат най-силно вниманието, съответно определят различното цялостно визуално впечатление от противопоставените знаци, предопределяйки незначителността на влиянието на идентичната сричка „ing“ и неотличителния елемент “HOT” върху визуалното сходство. Доводите на оспорващия за наличие на визуално сходство поне в средна степен са неоснователни. При зрителното възприятие на марките се установява съществено разминаване между запомнящите се части „sizzle“ и „burn“, което в съчетание с поставеното пред словните елементи число 40 в атакуваната марка, изключва сходство с

твърдения интензитет.

Във фонетично отношение различното начало на марките, бидейки водещо във възприятието, правилно е отчетено като фактор, намаляващ фонетичното сходство до много ниска степен, за сметка на съвпадащите срички „ing“ (обикновено съвпадение на поредица от букви) и „hot“, чието отражение върху общото звучене на словните елементи на знаците в конфликт е незначително.

Семантичният анализ на марките обуславя извод, че те са сходни само в ниска степен. Комбинацията на различаващите се по значение думи „sizzling“ и „burnig“ със съвпадащата дума „hot“ не създава идентично или подобно смислово внушение на сравняваните словесни изрази, каквото се претендира в жалбата. Необосновано е в този контекст виждането, че първите думи в словосъчетанията имат второстепенна, пояснителна функция спрямо елемента „hot“, целяща засилване на неговия интензитет. Подобно тълкуване не намира логическа и правна опора. Разликата в смисъла на думите „sizzling“ и „burnig“, включително в съчетание с еднаквата дума „hot“, поражда различни асоциации на марките в цялост – при оспорената марка привръзката е с „огън, огнен, пламтящ, горящ, изгарящ“, докато смисълът на по-ранната марка се свързва с „двърчащ, съскащ, пращящ, кипящ“. Многобройните речникови значения на думите в състава на знаците, на които се позовава жалбоподателят, не допринасят за смисловото сравнение на марките, а изтъкнатата семантична взаимозаменяемост на различаващите се понятия в началото на изразите не променя крайния извод за ниска степен на смислово сходство.

Правилно е становището на административния орган за несъставомерност на атакуваната регистрация, обосновано с отречена вероятност от объркване на потребителите, включваща възможност за свързване на оспорената с по-ранната марка. Съобразявайки в съвкупност релевантните фактори - липса на сходство на част от съпоставяните стоки, съответно много ниската му степен за конкретно посочените продукти, минимално цялостно сходство между марките, особеностите на доминиращите и отличителните елементи на противопоставените знаци, релевантния кръг потребители, характеризиращ се с по-висока информираност и завишено внимание при избора, съдът счита, че в случая припознаването на принадлежност на по-късната марка към притежаваната от жалбоподателя е изключено. Независимо дали се касае за крайните потребители или за търговците в хазартния сектор, потребителите на стоките на двете марки, насочени към хазартната сфера, имат качеството „специализирани“. Рисковият характер на хазартните игри предопределя по-високото ниво на внимание у крайните потребители, а опериращите на процесния пазар търговци, притежавайки съответни знания и експертиза в областта на разглеждания специфичен бизнес сектор, са професионално информирани. В този смисъл, степента на внимание и информираност на релевантните потребители елиминира вероятността от объркване. От решаващо значение при закупуването и употребата на въпросните продукти е зрителното възприятие, придобито включително при тестването им. Следователно превес има визуалното впечатление от марките, поради което тяхното звучене или възможни смислови асоциации не биха могли да подведат потребителите, още повече като се има предвид пренебрежимо малката степен на фонетична и семантична близост на двата знака. Установеното изключително ниско сходство на марките във визуален аспект, дължащо се единствено на съвпадението на неотличителния елемент „HOT“, не е от естество да заблуди потребителите, че стоките, означавани с тях, имат общ произход. Констатираната ниска степен на сходство по отношение и на стоките, и на марките, под които те се предлагат, изключва приложимостта на принципа на взаимозависимост към

спорното правоотношение.

Притежаването на фамилия марки, съдържащи елемента „НОТ“, не е доказано от жалбоподателя. Според него, въпреки че не са противопоставими на атакувания търговски знак, серията марки представлява фактор, свидетелстващ за традиции и установена дългогодишна практика при предлагане на пазара на стоки и услуги в разглеждания сектор. Твърдението му за дължимото им отчитане в контекста на преценката за вероятност от объркване е несъстоятелно. Освен, че соченият общ елемент е лишен от отличителност, самото оспорващо дружество счита евентуалната си фамилия марки за несравняема с атакуваната марка. Поради това въпросната фамилия не би могла да е важима за възможността потребителите да свържат с нея атакуваната марка и съответно да се заблудят за произхода на означените с нея стоки.

Като е отказал заличаването на по-късно регистрираната марка председателят на Патентно ведомство е постановил материално законосъобразно решение. Изводът му за отсъствие на нарушение на правилото на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО намира потвърждение и в приетото по делото експертно заключение.

Изложеното мотивира съда да отхвърли оспорването.

Изходът на делото обуславя право на разноски за процесуална защита в полза на ответника и на заявлялата такива заинтересована страна – чл. 143, ал. 3 и 4 АПК. Дължимите на Патентно ведомство разноски са в размер на 200 лева, определен съобразно чл. 24 от Наредбата за заплащането на правната помощ. Превалутуирана съгласно Закона за въвеждане на еврото в Република Б. сумата възлиза на 102,26 евро. Разноските за адвокатско възнаграждение на „Евро Геймс Технолоджи“ ООД са в размер на 3600 лева, чиято стойност след превалутуиране е 1840,65 евро.

Воден от горното и на основание чл. 172, ал. 2, предл. последно АПК, Административен съд – София - град, Второ отделение, 38 състав

РЕШИ:

ОТХВЪРЛЯ жалбата от NOVOMATIC AG, А. против Решение № РС-104-[1] от 23.06.2025 г. на председателя на Патентно ведомство.

ОСЪЖДА NOVOMATIC AG, А. да заплати на Патентно ведомство сумата от 102,26 евро разноски по делото.

ОСЪЖДА NOVOMATIC AG, А. да заплати на „Евро Геймс Технолоджи“ ООД сумата от 1840, 65 евро разноски по делото.

Решението може да се обжалва пред Върховния административен съд с касационна жалба в 14-дневен срок от съобщаването му.

СЪДИЯ: