

РЕШЕНИЕ

№ 11538

гр. София, 24.03.2026 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 37 състав, в
публично заседание на 24.02.2026 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Адриан Янев

при участието на секретаря Кристина Алексиева, като разгледа дело номер **10598** по описа за **2025** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 – чл. 178 от Административнопроцесуалния кодекс (АПК), във връзка с чл. 84, ал. 1 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).
Образувано е по жалба на Кооперация „Панда“ срещу Решение № РС-111-(1)/01.07.2025 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България.

В жалбата се съдържат оплаквания за липсата на мотиви и се оспорва експертизата. Счита за неправилни твърденията за наличието на хвалебствена информация. Поддържа за липсата на основание по чл. 11, ал.1, т. 4 ЗМГО, тъй като е налице достатъчна директна и специфична връзка между знака и съответните стоки/услуги. Счита, че не е коментиран и анализиран образа на марката, който според жалбоподателя е отличителен знак. Оспорва се наличието на основание по чл. 11, ал.1, т. 2 ЗМГО, тъй като няма описателен характер и излага становище за наличието на други подобни регистрирани марки. Органът не е съобразил латинските надписи в знака и релевантните потребители на заявените стоки/услуги.

Ответната страна - председателят на Патентно ведомство изразява становище за неоснователност на жалбата.

Съдът, след като обсъди релевираните с жалбата основания, прецени становищата на страните и събраните по делото доказателства, намира за установено следното от фактическа страна:

От приложената преписка се установява, че Кооперация „Панда“ е подало заявка вх. № ВГ/Н/2024/173784 от 28.05.2024 г. за регистрация на комбинирана марка „Тор Office“ за следните стоки/услуги:

- От клас 3 на МКСУ: немедицинска козметика и козметични тоалетни принадлежности; немедицински средства за почистване на зъби; парфюмерия, етерични масла; препарати за

избелване и пране; препарати за почистване, полиране, обезмасляване и шлифване; почистващи кремове; почистващи гелове; почистващи лосиони; почистващи маски; почистващи препарати; почистващи масла; почистващи зрънца; разяждащи почистващи агенти; емулгиращи почистващи разтвори; синтетични ароматизатори; стайни ароматизатори; ароматизатори за парфюми; ароматизатори за помещения; ароматизатори за стая; ароматизатори за въздух; ароматизатори за автомобили; ароматизатори за дома; парфюмерия и ароматизатори; ароматизатори [етерични масла]; ароматизатори за тяло; ароматизатори за ухане; ароматизатори за лична употреба; пълнители за ароматизатори за неелектрически ароматизатори за стая; стайни ароматизатори под формата на спрей; пълнители за електрически ароматизатори за стая; перилни гранули; биологични перилни препарати; химични перилни препарати; перилни избелващи средства; перилни препарати за ежедневна употреба; естествени нишестета за перилни цели; синтетични перилни препарати за дрехи; перилни почистващи препарати за домакинска употреба; перилни средства за извличане на прах; перилни препарати за предпазване от боядисване; етерични масла като парфюми за перилни цели; почистващи средства за кожа [козметични средства]; почистващи средства за мебели; почистващи средства за килими; почистващи средства за чайници; почистващи средства за автомобили; почистващи средства за обувки [препарати]; немедицински почистващи средства за лице; почистващи препарати за превозни средства; почистващи средства за домакински цели; козметични почистващи средства против акне; почистващи препарати за лице [козметични средства]; кремообразни почистващи средства, не за медицински цели; почистващи средства за постелки за домашни любимци; почистващи средства за прозорци под формата на спрей; пълнители за дозатори за почистващи средства за лична хигиена; импрегнирани с почистващи средства кърпички за почистване на очила; почистващи средства за постелки за домашни любимци, съдържащи ароматизатор; полиращи пасти; полиращи камъни; полиращи смеси; полиращи вакси; полиращи препарати; полиращи препарати за под; полиращи препарати за автомобили; полиращи вещества за метали; консерванти за кожа [полиращи средства]; полиращи препарати за обработване на дърво; средства за почистване на прозорци [полиращи препарати]; полиращи средства за зъби и за зъбни протези; автобронзантни препарати [козметика]; функционална козметика; органична козметика; натурална козметика; декоративна козметика; козметика за животни.

- От клас 9 на МКСУ: научни, изследователски, навигационни, геодезични, фотографски, кинематографични, аудиовизуални, оптични, теглилни, измервателни, откриващи, тестващи, проверяващи, животоспасяващи и учебни апарати и уреди; апарати и уреди за провеждане, комутиране, трансформиране, акумулиране, регулиране и управление на разпространението и управлението на електричество; апарати и уреди за записване, предаване, възпроизвеждане или преработване на звук, образ или данни; записана и с възможност за сваляне информация, компютърен софтуер, празни цифрови или дигитални носители за запис и съхранение; механизми за монетни апарати; касови апарати, изчислителни устройства; компютри и периферни компютърни устройства; костюми за гмуркане, водолазни маски, тапи за уши за водолази, щипки за нос за водолази и плувци, ръкавици за водолази, апарати за дишане при подводно плуване; пожарогасители; записано съдържание, с възможност за изтегляне; устройства за измерване, откриване, наблюдение и контрол; апарати, инструменти и кабели за електричество; магнити, магнетизатори и демагнетизатори; оптични устройства, увеличителни уреди и коригиращи устройства; уреди и апарати за научни изследвания и лаборатории, уреди, апарати и симулатори за обучение; устройства за сигурност, безопасност, защита и сигнализиране; устройства за навигация, ориентиране, проследяване, насочване и изготвяне на карти; оборудване за аудио записи; апарати и инструменти за записване на време; апарати за записване на час и дата; ролки

(фотография); диафрагми (фотография); светкавици (фотография); магнитни носители на данни; записващи дискове; изчислителни апарати; мишки (оборудване за изчислителни машини); изчислителна машина за управление на промишлени процеси; уреди за обработка на данни; компютърен хардуер; софтуер; звукови аларми; пожарни аларми; покривала за гасене на огън; очила за четене; апарати за четене на данни; идентификационни етикети [за машинно четене]; електрически записващи устройства за съхранение или превключване на данни или съобщения; електрически компютърни устройства за визуализация на информационни данни; електрически устройства за сигурност (освен за превозни средства); компактдиск плейъри; компакт-дискове; празни компактдискове; видео компакт-дискове; диктофони; пожарогасители за автомобили; уебкамери; кинокамери; телекамери; филм камери; видеокамери; телефонни апарати; батерии; зарядни устройства за електрически акумулатори; факсмашини; защитни каски за намаляване на шума; прожекционни апарати; прожекционни екрани; математически прибори; измервателни кани; измервателни линии; измервателни тръби; проектори; колиматори; профилпроектори; принтери; фотопринтери; видеопринтери; модеми; скенери; устройства за записване на времето; апарати и устройства за контрол на теглото; екрани; офисен софтуер; офис пакети (софтуер); офис и бизнес приложения; перфокартни машини за офиси; везни за писма за офис употреба.

- От клас 35 на МКСУ: реклама; управление и организиране на търговски сделки, търговска администрация; административна дейност; анализ относно цени на изхвърляне на отпадъци и тяхното рециклиране; търговия на едро и дребно с отпадъци от хартиени продукти, тонер касети, канцеларски материали; търговия на едро и дребно с продукти от рециклирани материали и по-специално хартия, картон и пластмасови канцеларски материали; рекламни, маркетингови и промоционални услуги; търговско подпомагане, търговско управление и административни услуги; организиране на търгове; административна обработка на поръчки; агенции за внос и износ; отдаване под наем на търговски щандове; търговия на дребно на предплатени карти за трети лица за закупуване на облекло; услуги за продажба на дребно, свързани с продажбата на облекла и аксесоари за облекла; търговия на храни на дребно; услуги за продажба на дребно във връзка с ароматизиращи препарати; услуги за продажба на дребно във връзка със сейфове; услуги за продажба на дребно, свързани с канцеларски стоки; услуги за търговия на дребно, свързани с продажба на мебели; услуги за търговия на дребно във връзка с осветление; услуги за търговия на дребно във връзка с печатни изделия; услуги за търговия на дребно във връзка с изделия от хартия за еднократна употреба; услуги за търговия на дребно във връзка с канцеларски материали; услуги за търговия на дребно във връзка с учебни консумативи; услуги за търговия на дребно във връзка с чанти; услуги за търговия на дребно във връзка с чадъри; услуги за търговия на дребно във връзка с почистващи препарати; услуги за търговия на дребно във връзка с мебели; услуги за търговия на дребно във връзка с облекло; услуги за търговия на едро във връзка с канцеларски материали; групиране (без транспортирането им), в полза на трети лица на разнообразие от офис реквизити, позволявайки на клиентите удобно да разглеждат и купуват тези офис реквизити в магазин или по-голям магазин за продажба на офис реквизити; събиране на едно място (без транспортирането им) в полза на други на разнообразие от офис реквизити, което дава възможност на клиентите удобно да разгледат и закупят тези офис реквизити от каталог за такива стоки чрез поръчка по пощата или чрез телекомуникационни средства; събиране на едно място (без транспортирането им) в полза на трети лица на разнообразие от офис реквизити, което дава възможност на клиентите удобно да разгледат и закупят тези стоки от интернет уебсайт, специализиран в маркетинга на офис реквизити; комплектоване, а именно събиране на едно място (без транспортирането им), в полза на трети лица, на разнообразие от бижута, позволявайки на клиентите удобно да разглеждат и купуват тези бижута; услуги за търговия на едро във връзка с

учебни консумативи; услуги за продажба на едро на фармацевтични, ветеринарни и санитарни препарати и медицински консумативи; лизинг на офисни машини; услуги за отдаване под наем на офис машини; услуги за отдаване под наем на офис оборудване; услуги, свързани с управление на офиси, [за трети лица]; обработка на документи.

Със съобщение от 31.05.2024 г. на държавен експерт ДЕОМГО са дадени указания за внасяне на държавна такса в размер на 520 лева, които са изпълнени от жалбоподателя.

Със съобщение от 20.06.2024 г. на държавен експерт ДЕОМГО са дадени указания за коригиране на списъка на стоки/услуги от класове 9 и 35, съответстващ на МКСУ. По повод дадените указания е депозирана на 26.06.2024 г. молба от жалбоподателя.

На основание чл. 47, ал. 2 ЗМГО е изпратено до жалбоподателя уведомление за предварителен отказ № 173784/24.07.2024 г. на държавен експерт, в което е посочено, че заявената марка не може да бъде регистрирана на основание чл. 11, ал. 1, т. 2 и т. 4 ЗМГО по отношение на част от стоките от клас 09 и услугите от клас 35.

Жалбоподателят се е възползвал да подаде възражение срещу предварителния отказ за регистрация на заявената марка. Направено е възражение срещу констатациите по чл. 11, ал. 1, т. 2 и т. 4 ЗМГО. Счита, че е налице достатъчна директна и специфична връзка между знака и съответните стоки/услуги. Поддържа се за отличителност на марката.

На 01.10.2024 г. е подадено второ възражение срещу предварителния отказ, в което се развиват съображения за наличието на идентичен казус, при който обаче е допусната регистрация на марка.

Взето е решение № 173178/17.10.2024 г. от държавен експерт към Патентно ведомство на Република България, с което частично е отказана регистрацията на заявената марка по отношение на стоки и услуги както следва:

-стоки от клас 09: научни, изследователски, навигационни, геодезични, фотографски, кинематографични, аудиовизуални, оптични, теглилни, измервателни, откриващи, тестващи, проверяващи, животоспасяващи и учебни апарати и уреди; апарати и уреди за провеждане, комутиране, трансформиране, акумулиране, регулиране и управление на разпространението и управлението на електричество; апарати и уреди за записване, предаване, възпроизвеждане или преработване на звук, образ или данни; записана и с възможност за сваляне информация, компютърен софтуер, празни цифрови или дигитални носители за запис и съхранение; изчислителни устройства; компютри и периферни компютърни устройства; записно съдържание, с възможност за изтегляне; оборудване на за аудио записи; магнитни носители на данни; записващи дискове; изчислителни апарати; уреди за обработка на данни; компютърен хардуер; софтуер; електрически записващи устройства за съхранение или превключване на данни или съобщения; електрически компютърни устройства за визуализация на информационни данни; компактдиск плейъри; компактдискове; празник компактдискове; видео компактдискове; уебкамери; видеокамери; факсмашины; принтери; фотопринтери; видеопринтери; модеми; скенери; офисен софтуер; офис пакети (софтуер); офис и бизнес приложения; перфокартни машини за офиси; возни за писма за офис употреба.

-услуги от клас 35: реклама; управление и организиране на търговски сделки, търговска администрация; търговия на едро и дребно с отпадъци от хартиени продукти, тонер касети, канцеларски материали; търговия на едро и дребно с продукти от рециклирани материали и по-специално хартия, картон и пластмасови канцеларски материали; рекламни, маркетингови и промоционални услуги; търговско подпомагане, търговско управление и административни услуги; административна обработка на поръчки; агенции за внос и износ; услуги за продажба на дребно, свързани с канцеларски стоки; услуги за търговия на дребно във връзка с печатни

изделия; услуги за търговия на дребно във връзка с изделия от хартия за еднократна употреба; услуги за търговия на дребно във връзка с канцеларски материали; услуги за търговия на дребно във връзка с учебни консумативи; групиране (без транспортирането им), в полза на трети лица на разнообразие от офис реквизити, позволявайки на клиентите удобно да разглеждат и купуват тези офис реквизити в магазин или по-голям магазин за продажба на офис реквизити; събиране на едно място (без транспортирането им) в полза на други на разнообразие от офис реквизити, което дава възможност на клиентите удобно да разгледат и закупят тези офис реквизити от каталог за такива стоки чрез поръчка по пощата или чрез телекомуникационни средства; събиране на едно място (без транспортирането им) в полза на други на разнообразие от офис реквизити, което дава възможност на клиентите удобно да разгледат и закупят тези стоки от интернет уебсайт, специализиран в маркетинга на офис реквизити; услуги за търговия на едро във връзка с учебни консумативи; лизинг на офисни машини; услуги за отдаване под наем на офис машини; услуги за отдаване под наем на офис оборудване; услуги, свързани с управление на офиси.

В решението си държавният експерт е приел, че заявената марка е комбинирана, в която са включени словни елементи, имащи следните значения: „TOP“ в превод – връх, висша степен, върха на нещо, най- високо положение, първенец; “office”- в превод – офис, кантора, кабинет, канцелария, служба. Направен извод, че тези думи на английски са кратки и по популярни и тяхното значение няма да затрудни българските потребители при възприемане на тяхното смислово значение. Изложено е, че марката „Top office”, използвана за горепосочените стоки и услуги от класове 9 и 35 на МКСУ, ще се възприеме от релевантните потребители като ясно и директно указание за тяхното естество и предназначение, поради което е налице хипотезата на чл. 11, ал. 1, т. 4 ЗМГО.

Допълнително е направен извод за липсата на отличителен характер на заявената марка, с което е налице хипотезата за отказ по чл. 11, ал. 1, т. 2 ЗМГО. Прието е, че марката не трябва да кореспондира със същината на стоката/услугата, а трябва да притежава отличителни характеристики, които да се запомнят от потребителите. Според помощния орган потребителите ще възприемат „Top office” единствено като информация за конкретни характеристики на стоки и/или услуги, а не като търговска марка, която да отличава стоките и услугите, означени с нея, от тези на останалите икономически оператори. Марката не указвала търговския произход, а имала рекламно – хвалебствено послание. Ц. дизайн не придава достатъчна отличителност на марката, тъй като цветовото обособяване насочвало вниманието на потребителите към словните компоненти. Отделно от това, визуалното оформяне няма достатъчно цялостно въздействие върху марката, за да спомогне за нейната отличителност. Пояснено е, че заявителят не твърди и поддържа за придобита отличителност на марката, което да изключи приложението на чл. 11, ал. 1, т. 2 ЗМГО.

В решението си държавният експерт е обсъдил и отхвърлил възраженията на заявителя.

Подадена е жалба срещу решение № 173178/17.10.2024 г. на държавен експерт към Патентно ведомство на Република България.

Изготвено е становище по състав по споровете, с което е дадено предложение за отхвърляне на жалбата.

Последвало е издаване на оспореното Решение № РС-111-(1)/01.07.2025 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България, с което е оставена без уважение жалбата на Кооперация „Панда“ срещу решение № 173178/17.10.2024 г. на държавен експерт към Патентно ведомство на Република България за частичен отказ за регистрация на марка вх. № 173784 “Top office“, комбинирана, за стоки и услуги от класове 9 и 35 МКСУ.

Органът е приел, че процесната марка е комбинирана и се състои в словосъчетанието “Top office“,

като двете думи са разположени една над друга, изписани със специфичен шрифт и в цветове бяло и червено и удебелен черен кант. Според органа думата „ТОР“ в превод от английски означава връх, висша степен, върха на нещо, най- високо положение, първенец, а думата “office” означава офис, кантора, кабинет, канцелария, служба. Посочено е още, че се търси закрила за стоки, обхващащи всякакъв вид офис оборудване и консумативи, а услугите също са концентрирани в предлагането и продаването на оборудване и консумативи. По тези съображения е направен извод, че заявената марка за стоките ще се интерпретира от релевантните потребители като информация за вида и предназначението им, а именно конкретни стоки, необходими за функционирането на един офис. Също така е направен извод, че заявената марка ще се възприеме като пряко описателна за начина на представяне на услугите, както и за тяхното предназначение, а именно предлагане и продажба на офис оборудване и офис консумативи. По отношение на част от стоките и услугите от клас 9 (напр. научни, изследователски и други) и клас 35 (реклама, управление и организиране на търговски сделки и др.) няма да е налице описателна функция, но единствено теоретичната възможност потребителите да се потребяват същите не превръща марката в директно описателна спрямо тях. Допълнително се поддържа, че словните елементи на марката имат рекламно – хвалебствено послание и би се възприело като добро качество, отлични съоръжения и като индикатор за високо качество. Според органа знакът не притежава оригиналност, която да сочи търговския произход, а има единствено рекламно – хвалебствено послание.

Изложение са още мотиви за липсата на отличителен характер, за което на основание чл. 11, ал. 1, т. 2 ЗМГО следва да се откаже регистрацията. Марката е отличителна, ако изпълнява основната си функция – да гарантира, че потребителите ще идентифицират произхода на стоките и услугите, означени с нея, с определен производител. В случая марката описва характеристики на част от заявените стоки и услуги от класове 9 и 35, което не позволява на потребителите да разпознаят търговския произход – конкретен търговец. Графичното оформление в знака внасяло известно разграничение от обикновеното изписване на словни елементи, но същото не е достатъчно да преодолее описателния характер. В тази връзка е направен извод за липсата на отличителност на заявената марка.

В съдебно заседание са представени доказателства (списък с физически и онлайн магазини и разпечатка на интернет сайтове за предлагане на стоки), свързани с начина на предлагане на стоки и услуги с марката “Тор office“. Всички тези доказателства са насочени за установяване на придобита отличителност на марката. Според чл. 47, ал. 2 ЗМГО и чл. 20, ал. 2 от Наредба за оформяне, подаване и експертиза на заявки за регистрацията на марки и географски означения, е дадена възможност на заявителя да представи доказателства придобита отличителност, ако е уведомен за това. В случая жалбоподателят е уведомен за тази възможност по чл. 11, ал. 2 ЗМГО (с края на съобщението от 24.07.2024 г. за предварителен отказ), но същият не се е възползвал от това, което не е направено и пред по – горестоящия орган. В тази връзка съдът намира, че подобно възражение и установяването на невъведени обстоятелства е недопустимо да се прави за първи път пред съда. По тези съображения представени писмени доказателства не следва да се ценят и обсъждат.

В съдебно заседание е изслушано и прието заключение на съдебно – маркова експертиза, което напълно се кредитира от съда, тъй като е обосновано, подробно и непротиворечиво.

Според вещото лице заявената марка е комбинирана, която се състои от словна и фигуративна част. Състои се от словосъчетанието “Тор office“, като двете думи са разположени една над друга, изписани със специфичен шрифт в цветовете бяло и червено и удебелен черен кант, които

формират фигуративните елементи. Думата „Тор“ в превод от английски означава връх, висша степен, върха на нещо, най- високо положение, изключителен, най – добър и други подобни. Думата “office” в превод от английски означава означава офис, кантора, кабинет, канцелария, служба. В своята цялост, преводът може да се означава като „връх на офис“ и „изключителен офис“. Думата „Тор“ е навлязла като жаргон в говоримия български език. Двете думи са често употребявани в българското ежедневие. Фигуративният елемент представлява геометрична фигура, включваща четириъгълник, съдържащ букви със специално графично изписване – поредица от букви с различни графично изписване.

Дава информация, че средните потребителите на стоки и услуги от класове 9 и 35, за които е налице отказ, могат да бъдат физически и юридически лица. Сред тях може да са „бизнес потребители“, които са с по – висока степен на внимание при избора, отколкото средния потребител. Думите „Тор“ и “office” са популярни и не затрудняват средния потребител. Същият е свикнал да възприема марки, включващи „Тор“ в състава си - именно като марки, а не като описателни, указателни или хвалебствени термини, обръщайки внимание на фигуративните и цветовите елементи.

Посочва се, че стоките от клас 9 са насочени за задоволяване на определени потребности в областта на техниката. Словосъчетанието “Тор office“ би се интерпретирало от средния потребител като интересна, закачлива и абстрактна марка, тъй като не дава информация за вида и предназначението на стоките, защото не са само стоки, необходими за функционирането на един офис, а много по – широко предназначение.

Услугите от клас 35 са концентрирани в предлагането и продаването на офис оборудване и консумативи, като заявената марка също би се възприела от средния потребител като ще се възприеме като интересна, закачлива и абстрактна марка, а пряко описателна за начина на предлагане на услугите.

Вещото лице дава информация, че е налице използване на процесния знак като търговска марка за отличаване на търговския произход на стоките, за което посочва конкретни дистрибутори и потребители, използващи знака. Дава становище, че знакът се използва и е регистриран за стоки и услуги, които са сходни със стоките и услугите, за които е постановен отказ.

При така установените факти, съдът достига до следните правни изводи:

Жалбата е допустима, тъй като е насочена срещу подлежащ на оспорване на административен акт и подадена от лице, имащо правен интерес, доколкото решението е неблагоприятно за него. Жалбата е подадена в двумесечния срок по [чл. 84, ал. 1 ЗМГО](#).

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 преценката си, съдът изхожда от правните и фактическите основания, посочени в оспорвания индивидуален административен акт, представената административна преписка и събраните по делото доказателства. При проверката на административния акт, съдът не е обвързан от основанията, въведени от оспорващия, нито от неговото искане.

Разгледана по същество, жалбата е основателна.

Обжалваното решение е издадено компетентният орган по чл. 75, ал. 4, вр. ал. 1 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,

от които може да се изведе волята на органа. ПО тези съображения не се споделят възраженията за липсата на мотиви.

Не са допуснати нарушения на процесуалните правила. Дадена е възможност за участие на жалбоподателя в производството, за което е имал възможност да представи доказателства, установяващи неговите твърдения и опровергаващи констатациите на държавния експерт. Органът е обсъдил всички възражения и искания на жалбоподателя.

Допуснато е нарушение на материалния закон.

В чл. 11, ал. 1, т. 2 и т. 4 ЗМГО е регламентирано, че не се регистрира марка, която няма отличителен характер (т. 2) и марка, която се състои изключително от знаци или означения, които указват вида, качеството, количеството, предназначението, стойността, географския произход, времето или метода на производство на стоките, начина на предоставяне на услугите или други характеристики на стоките или услугите (т. 4). Цитираните норми регламентират абсолютни отрицателни предпоставки за регистрация на марка и се отнасят до изпълнението на основната функция на марката, а именно да отличава стоките и/или услугите на едно лице от тези на друго.

Законодателното изискване, поставено в чл. 11, ал. 1, т. 4 ЗМГО, цели да запази за свободно ползване от всички знаците или означенията, които могат да служат в търговията, за да се означат особеностите на съответната стока. В приложното поле на тази разпоредба попадат марки, които се състоят изключително от знаци или означения, чиято функция се ограничава само до предоставяне на информация за заявените стоки и/или услуги. За да се приеме, че един термин е описателен, тоест „указва вида на стоките“, той трябва по конкретен, директен и без необходимост от по - нататъшен размисъл начин да указва на релевантния потребител същността и по - точно вида на стоката, за която е предназначен. Връзката между термина и стоките/услугите трябва да бъде достатъчно пряка, конкретна и разбираема без допълнително интелектуално усилие.

Посочените в чл. 11, ал. 1, т. 4 от ЗМГО характеризиращи знаци и означения трябва да бъдат възприемани от потребителите ясно, точно и еднозначно като указания, пряко свързани с конкретни, специфични характеристики на стоките и услугите. За да се приеме, че един термин е описателен, той трябва по конкретен, директен и без необходимост от по-нататъшен размисъл начин да указва на релевантния потребител същността и по-точно вида на стоката, за която е предназначен (в този смисъл Решение № 4235 от 26.03.2014 г. по адм. д. № 11322 / 2013 г. на ВАС).

Преценката се извършва въз основа на заявения знак в неговата цялост, като в случая се касае за комбинирана марка, състояща се от словна (думите „Тор“ и “office”) и фигуративна (геометрична фигура, изобразяваща думите, поставени в кант, създаваща специфичен образен елемент) част. В този смисъл е заключението на вещото лице, а и органът и държавният експерт са достигнали до извод, че се касае за комбинирана марка.

Преценката следва да се направи по отношение на значението на използваните словни елементи в състава на заявената марка, съчетани с нейната графичната част, сред релевантните потребители на класове 9 и 35 (изключително широк, сред които търговци и такива, които не са). От заключението на вещото лице се налага извод, че думите „Тор“ и “office” са популярни и потребителите са свикнали да възприемат марки, съдържащи подобни думи, а не като описателни, указателни или хвалебствени термини, обръщайки внимание на фигуративните и цветовите елементи. В тази връзка се налага извод, че двете думи, съчетани с фигуративния елемент, не дават информация на потребителите, с която да се идентифицират незабавно тези стоки и услуги (офис оборудване и консумативи и задоволяване на определени потребности в областта на техниката). Следва да се посочи, че е допустимо наличието на връзка между знака и

стоката/услугата, стига да не е пряка и директна, водеща до незабавно идентифициране на тези стоки и услуги. У потребителите се създава впечатление за марка, отколкото за конкретен вид стока и услуга или нейно качество, т. е. потребителите не приемат подобен знак като рекламно – хвалебствено послание.

Вярно, че думите „Тор“ и “office” са широко популярни в ежедневието, но се касае за термини, които са асоциативни или загатващи за определени характеристики на стоките и/или услугите в класове 9 и 35 от МКСУ (офис оборудване и консумативи и задоволяване на определени потребности в областта на техниката). Съвкупната преценка на двете думи със значение „изключителен офис/връх на офис“, съчетан с графичната част, има необичаен характер, поради което намалява пряката и директната връзка със стоките и услугите от класове 9 и 35. По тези съображения не е налице хипотезата на чл. 11, ал. 1, т. 4 ЗМГО.

Горното води до допълнителен извод, че заявената марка има отличителен характер по смисъла на чл. 11, ал. 1, т. 2 ЗМГО, тъй като разграничава стоките по техния търговски произход, което е основната функция на марката. Марката винаги следва да се разглежда в нейната цялост и да не се разделя на отделните ѝ компоненти, тъй като единственият значим фактор за целите на преценката на отличителния ѝ характер е цялостното впечатление, което тя създава у потребителите. Марката е отличителна, ако може да изпълнява основната си функция – да гарантира, че потребителите ще идентифицират произхода на стоките и/или услугите, означени с нея, с определен производител, като им позволява без всякакво объркване да отличат стоките и/или услугите от тези, произхождащи от други лица.

В случая се касае за два словни елемента, съчетани с графичен елемент, което изключва описателния характер на заявената марка и придава на отличителност на марката. Следва да се посочи, че двата словни елемента са обичайни в говоримия език, което по принцип изключва отличителността, но съвкупното им значение „изключителен офис/връх на офис“, съчетано с необичайната фигуративна част, води до извод за указание за търговски произход.

Горното налага извод за незаконосъобразност на оспорения акт, при което същият следва да се отмени, а преписката да се върне на органа, който да извърши регистрация на заявената марка за стоките и услугите, за които е отказано.

По разноските:

С оглед изхода на делото и на основание чл. 143, ал. 1 АПК жалбоподателят има право на разноски, които са следните: 50 лева (25,56 евро) за държавна такса, 1200 лева (613,55 евро) за хонорар на вещо лице и 2500 лева (1278,23 евро) за адвокатско възнаграждение.

Направено е възражение за прекомерност на адвокатския хонорар, което съдът намира за основателно. Съгласно чл. 8, ал. 3 от Наредба № 1 от 09.07.2004 г. за възнаграждения за адвокатска работа, а именно за процесуално представителство, защита и съдействие по административни дела без определен материален интерес, извън случаите по ал. 2, възнаграждението е 1000 лева (511,29 евро). Настоящото дело е със средна сложност от правна страна, тъй като се касае за съобразяване на повече от едно основание за отказ. Същото се отнася и за фактическа страна, тъй като са проведени три съдебни заседания и е изслушано едно заключение на експертиза. Това налага да се намали адвокатски хонорар на 800 евро, който ще е съответен на сложността на делото и предоставената правна помощ. Предвид изложеното общият размер на разноските, които следва да се присъдят възлизат на 1439,11 евро.

Предвид изложеното, съдът

РЕШИ:

ОТМЕНЯ Решение № РС-111-(1)/01.07.2025 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България.

ИЗПРАЩА преписката на административния орган за ново произнасяне **в** двумесечен срок, като се съобразят дадените разяснения в мотивите на съдебния акт.

ОСЪЖДА Патентно ведомство на Република България да заплати на Кооперация „Панда“ сумата в размер на 1439,11 евро, представляваща направени разноски по делото.

Решението подлежи на обжалване пред Върховен административен съд на Република България в 14 – дневен срок от съобщаването му на страните.

Съдия: