

РЕШЕНИЕ

№ 41548

гр. София, 11.12.2025 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 56 състав, в
публично заседание на 05.11.2025 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Мария Ситнилка

при участието на секретаря Макрина Христова, като разгледа дело номер **5578** 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 връзка с чл. 226 във връзка с чл. 145 и сл. от Административно процесуалния кодекс (АПК).

Образувано е след отмяната на решение № 28035/20.12.2024 г., постановено по адм. дело № 4991/2024 г. по описа на Административен съд София-град с решение № 5119/19.05.2025 г., постановено по адм. дело №[ЕИК] г. по описа на Върховния административен съд.

Първоначално производство е образувано по жалбата на Д. Г. В., чрез пълномощник адв. Е. Г. против решение №РС-56-[1]/08.03.2024 г. на председателя на Патентното ведомство в частта, с която на основание чл. 76, ал. 7, т. 2 от ЗМГО е заличена регистрацията на марка с рег. № 158911 IZZI комбинирана за услугите в клас 38 „телекомуникационни услуги“ и клас 41 „академии [образование]; обучение; преподаване; задочно обучение; клубни услуги [обучение]; образователни услуги, предоставяни от художествени галерии; образователни услуги; образователни услуги, предоставяни от помощници за лица със специални нужди; образователни услуги, предоставяни от училища; обучение по айкидо; обучение по джудо; обучение по провеждане на чаена церемония; обучение чрез симулатори; организиране и провеждане на колоквиуми; организиране и провеждане на практически семинари [обучение]; организиране и провеждане на семинари; организиране и провеждане на образователни форуми с лично присъствие; организиране на конкурси [образование]; практическо обучение [демонстрация]; предаване на ноу-хау [обучение]; дресиране на животни; предоставяне на информация в областта на образованието; провеждане на изпити; провеждане на квалификационни изпити за потребители за пилотиране на дронаве; провеждане на курсове по фитнес; професионална преквалификация;

професионално ориентиране [съвети в областта на образованието и обучението]; религиозно обучение; услуги за оценка на физическата годност с обучителни цели; гимнастически тренировки; услуги на частни учители; услуги на треньори [обучение]; услуги на лични треньори [фитнес]; училища – пансиони; физическо възпитание; доставка на онлайн електронни публикации, без възможност да бъдат прехвърляни върху друг носител; издаване на книги; онлайн публикуване на електронни книги и периодични издания; публикуване на текстове, с изключение на рекламни текстове; забавачки; организиране и провеждане на конгреси; организиране и провеждане на конференции; организиране и провеждане на симпозиуми; организиране и провеждане на концерти; организиране на балове; организиране на изложби с културни или развлекателни цели; организиране на конкурси [развлечения]; организиране на конкурси за красота; организиране на лотарии; организиране на развлекателни косплей събития; организиране на модни ревюта с развлекателна цел; организиране на представления [импресарски услуги]; организиране на приеми [развлечения]; организиране на спортни състезания; хронометриране на спортни прояви; оркестри; театрални продукции; вариететни представления; представления на живо; шоупродукции; развлекателни услуги, предоставяни от художествени галерии; ваканционни лагери [развлечение]; провеждане на организирани екскурзии с водач; провеждане на организирани екскурзии с катерене; спортни лагери; спортни клубове; резервация на места за представления; агенции за билетни услуги [развлечение]; осигуряване на спортни съоръжения; осигуряване на съоръжения за голф; осигуряване на съоръжения за отмора; отдаване под наем на апарати за осветяване на театрални декори или телевизионни студия; отдаване под наем на аудиооборудване; отдаване под наем на симулатори за тренировки; отдаване под наем на спортни площадки и терени; отдаване под наем на спортни съоръжения, с изключение на превозни средства; отдаване под наем на сценични декори; отдаване под наем на съоръжения за стадиони; отдаване под наем на тенискортове; отдаване под наем на шоудекори; подвижни библиотечни услуги; услуги на заемни библиотеки; писане на текстове; писане на песни; писане на сценарии на филми; писане на сценарии, с изключение на такива за рекламни цели; радио и телевизионни програми; радиоразвлечения; развлекателни услуги; развлекателни услуги, свързани с караоке; производство на радио- и телевизионни програми; видеозаписни услуги; звукозаписни студия; композиране на музика; микрофилмиране; монтаж на видеоленти; озвучаване на филми; предоставяне на онлайн видео без възможност за сваляне; предоставяне на онлайн музика без възможност за сваляне; предоставяне на телевизионни програми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; предоставяне на филми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; прожекция на филми; производство на музика; производство на филми, с изключение на рекламни; разпространение на филми; отдаване под наем на кинофилми; отдаване под наем на видеокасети; режисура на филми, различни от рекламни филми; субтитриране на филми телевизионни развлечения; отдаване под наем на звукозаписи; отдаване под наем на кинофилми; фотографски услуги; фоторепортажи; репортерски услуги; тонрежисьорски услуги за събития; услуги за художествено оформление, с изключение на такива за рекламни цели; услуги на киностудия; услуги, свързани с провеждане на онлайн игри, предоставяни чрез компютърна мрежа; услуги за видео редактиране за събития; предоставяне на отзиви от страна на потребителите за развлекателни или културни цели; предоставяне на потребителски оценки за развлекателни или културни цели; предоставяне на информация в областта на развлеченията; предоставяне на класации от потребителите за развлекателни или културни цели.“.

Наведени са доводи за незаконосъобразност на постановеното решение поради допуснати съществени процесуални нарушения и неправилно прилагане на материалния закон -

отменителни основания по чл. 146, т. 3 и т. 4 от АПК. Твърди се, че административният орган не е изяснил относимите факти, поради което неправилно е приел, че между двете марки е налице сходство, досежно стоките и услугите от клас 38, по отношение на предназначението, потребителите и дистрибуторските им канали. По отношение на услугите от клас 41, за които марката е заличена, счита че не е налице идентичност за част от услугите и сходство между стоките и услугите от двете марки. Оспорва се изводът на административния орган, че доминиращ елемент в състава на марката е словният. Счита, че е налице достатъчна отличителност на двете марки, която позволява на потребителите да се ориентират. В тази връзка сочи, че фонетичното сходство между двете марки е от ниско към средно, а смисловото сходство - ниско. Излага доводи, че сходството между марките не е от степен да възникне вероятност за объркване от потребителите. По тези съображения се претендира отмяна на издадения акт, като преписката се върне на административния орган за ново произнасяне. Заявява искане за присъждане на разноски в производството по адм. дело № 4991/20024 г. и в касационното производство.

Ответникът – Председателят на Патентното ведомство на Република България, чрез процесуалния си представител, оспорва жалбата. Моли съда да постанови решение, с което да я отхвърли. Претендира присъждане на юрисконсултско възнаграждение.

Заинтересованата страна – Profil Klett DOO („Профил Клетт“ ДОО) [населено място], Република Х., чрез процесуалния си представител, изразява становище за неоснователност на жалбата по съображения, подробно изложени в депозирано по делото писмено становище. Намира, че решението на председателя на Патентно ведомство е законосъобразно, изцяло съобразено с материалния закон и неговата цел, обосновано е и не подлежи на отмяна. Заявява искане за присъждане на разноски по предходното дело, за което е представен списък.

Административен съд София-град, след като обсъди доводите на страните и събраните по делото доказателства, приема за установено от фактическа страна следното:

Д. Г. В. е притежател на оспорената марка № 0158911 IZZI, комбинирана със срок до 15.05.2030 година за стоки и услуги от класове 35, 38 и 41 по Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ). Словният елемент представлява изобразен фигуративен елемент в лявата част, представляващ стилизирано изображение на контур на компас в светло син цвят, в средата на който е изобразен кръг, разделен на четири сегмента с различни цветове – оранжев, жълт, розов и син. В средата е разположено стилизирано изображение на космическа ракета, около която са разположени в кръг стилизирани изображения на глобус, лупа ДНК, атом, колба, три броя зъбни колела с различна големина.

Заинтересованата страна „Профил Клетт“ ДОО [населено място] е притежател на противопоставената марка на ЕС №[ЕИК] IZZI, комбинирана, със срок до 13.11.2028 година за стоки и услуги от класове 9, 41 и 42 по МКСУ. Словният елемент представлява правоъгълник в тъмно син цвят, в лявата част на който са изобразени две геометрични фигури – триъгълник със заоблени ъгли и кръг, вписани една в друга. Кръгът е разделен на две части – червена и бяла, като бялата част образува наподобяваща стрелка фигура. Триъгълникът е в светло син цвят, като създава впечатление за движение. В дясната част е изписан на латиница елемент *izzi* с бели букви на тъмно син фон. Последната буква е обърната обратно, като вместо точка е изобразена малка бяла стрела.

Административното производство е започнало по искането на „Профил Клетт“ ООД със седалище Република Х., притежател на марка на Европейския съюз с рег. № 17984377, регистрирана за стоки и услуги от класове 9, 41 и 42 на МКСУ, с твърдения, че марки са сходни във висока степен, регистрирани са за идентични и сходни стоки и услуги, като е налице

вероятност за объркване на потребителите. В заявлението е посочено, че услугите от клас 35 на атакуваната марка имат еднакво предназначение, релевантни потребители, канали на разпространение и естество като всички услуги на по-ранната марка от клас 41, поради което между тях е налице сходство. Счита, че услугите от клас 38 на по-късната марка могат да имат тясна връзка с всички услуги от клас 41, като наред е това услугите от клас 38 са сходни и на стоките от клас 9 на по-ранната марка „софтуерни платформи за сътрудничество; софтуер за медии; софтуер за достъп до съдържание“, както и на услугите „софтуерен инженеринг“ от клас 42. Твърди, че марките са идентични или поне сходни във висока степен, доколкото съвпадат напълно в словните си елементи, поради което е налице вероятност за объркване на потребителите.

С уведомление от 13.07.2022 година искането за заличаване на марката, ведно с приложените към него доказателства, са изпратени на регистрирания притежател на марката. На 12.09.2022 година, в рамките на предоставения срок, е постъпило възражение от маркопритежателя.

С уведомление от 13.09.2022 година, на основание чл. 76, ал. 2 от ЗМГО, екземпляр от постъпилото възражение на собственика на атакуваната марка е връчен на заявителя. На 11.10.2022 година е постъпило становище, в което са изложени подробни аргументи за идентичност и сходство между стоките и услугите на двете марки, високо фонетично, визуално и смислово сходство между знаците на марките, както и за наличие на вероятност за объркване на потребителите. С уведомление от 22.11.2022 година отговорът на маркопритежателя е изпратен на заявителя за сведение.

След спазване на процедурата по размяна на книжа, състав по спорове е изготвил становище. В него е изразена позиция за частична основателност на искането и наличие на основание за отмяна на регистрацията на марката с рег. №158911, комбинирана, по отношение на част от стоките и услугите, за които е регистрирана.

С Решение № РС-56-(1)/08.03.2024 година, на основание чл. 76, ал. 7, т. 1 и т. 2 ЗМГО председателят на ПВ на РБ е отменил регистрацията на марката с рег. № 0158911 IZZI, комбинирана, за конкретно посочени стоки и услуги от клас 38 и клас 41, и е отхвърлил искането по отношение на стоки и услуги от клас 35 и част от стоките и услугите, попадащи в клас 41. По отношение на услугите от клас 38 МКСУ е посочено, че услугите "телекомуникационни услуги" включват предаване на цифрови файлове и електронна поща, предоставяне на достъп до глобална компютърна мрежа, радиопредавания, радиоемисии, телевизионни предавания, емисии, излъчване на видеозаписи по поръчка, предоставяне на достъп до форуми за разговори и интернет (чатрум) и осигуряване на онлайн форуми, телефонни услуги и услуги, свързани с гласова поща, услуги за телеконферентна и видеоконферентна връзка, но не и производство на радио- и телевизионни програми, както и съдържание или предмет, които могат да се съдържат в комуникационната дейност, например файлове с изображения за изтегляне (клас 9), предоставяне на бизнес информация чрез уебсайт (клас 35), предоставяне на филми и телевизионни програми по поръчка, без възможност да бъдат прехвърляни върху хартиен носител (клас 41) и др. Но доколкото пазарите на комуникационно оборудване, хардуер и софтуер, от една страна, и телекомуникационните услуги, от друга, са взаимосвързани, председателят на ПВ на РБ е приел, че различни софтуерни продукти се използват в тясна връзка с телекомуникационните услуги, т.к. те могат да бъдат съществени или абсолютно необходими за извършването на тези услуги, поради което и между стоките "софтуер; компютърни софтуерни платформи; компютърни софтуерни приложения; компютърен софтуер за кодиране; компютърни софтуерни приложения, компютърен софтуер за кодиране; компютърни софтуерни приложения за сваляне; системен софтуер; софтуер за медии; мулти-медияен софтуер; софтуер за смартфони; софтуер за изкуствен интелект;

инструменти за разработване на компютърен софтуер; софтуер за виртуална реалност; софтуерни приложения за мобилни телефони; софтуер за уеб сървъри; софтуер за сървър за бази данни; софтуер за достъп до съдържание; електронни публикации (които могат да бъдат прехвърляни върху друг носител); медиен софтуер и софтуер за публикуване; софтуер за уеб приложения" от клас 9 МКСУ и от клас 38 МКСУ е налице сходство.

Според административния орган услугите "образование; обучение; преподаване" от клас 41 МКСУ на атакуваната марка са идентични на услугите "обучение; академии образование; преподавателски услуги" от същия клас на по-ранната марка, а услугите "заочно обучение, клубни услуги обучение; образователни услуги, предоставяни от художествени галерии; образователни услуги; образователни услуги, предоставяни от помощници за лица със специални нужди; образователни услуги, предоставяни от училища, обучение по айкидо; обучение по джудо; обучение по провеждане на чаена церемония; обучение чрез симулатори; организиране и провеждане на колоквиуми; организиране и провеждане на практически семинари обучение; организиране и провеждане на семинари; организиране и провеждане на образователни форуми с лично присъствие; организиране на конкурси образование; практическо обучение демонстрация; предаване на ноу-хау обучение; дресиране на животни; предоставяне на информация в областта на образованието; провеждане на изпити; провеждане на квалификационни изпити за потребители за пилотиране на дрона; провеждане на курсове по фитнес; професионална преквалификация; професионално ориентиране съвети в областта на образованието и обучението; религиозно обучение; услуги за оценка на физическата годност с обучителни цели; гимнастически тренировки; услуги на частни учители; услуги на треньори обучение; услуги на лични треньори фитнес, училища - пансион; физическо възпитание" от клас 41 МКСУ, т.к. последните представляват конкретно изброени услуги в сферата на образованието, които се включват в обобщените понятия "обучение; академии образование; преподавателски услуги", за които е регистрирана по-ранната марка.

За услугите "доставка на онлайн електронни публикации, без възможност да бъдат прехвърляни върху друг носител; издаване на книги; онлайн публикуване на електронни книги и периодични издания; публикуване на текстове, с изключение на рекламни текстове" от клас 41 МКСУ на спорната марка е отчетено, че попадат в обобщена категория "издателска дейност" на противопоставената марка, поради което и между тях е налице идентичност.

На следващо място, услугите "забавачки" на по-късната марка са сходни с услугите "обучение; академии образование; преподавателски услуги" от клас 41 МКСУ на по-ранната марка, т.к. поради своето естество и предназначение могат да са насочени към еднакъв кръг потребители и да съвпадат с лицата, които ги предоставят, както и да се предлагат съвместно. Наред с това, услугите "организиране и провеждане на конгреси; организиране и провеждане на конференции; организиране и провеждане на симпозиуми" от клас 41 МКСУ на атакуваната марка също са сходни на услугите "обучение; академии образование; преподавателски услуги", доколкото те могат да бъдат предоставяни от едни и същи лица, както и че организирането на конгресите, конференциите и симпозиумите имат научни, образователни или академични цели.

За услугите "организиране и провеждане на концерти; организиране на балове, организиране на изложби с културни или развлекателни цели; организиране на конкурси развлечения; организиране на конкурси за красота; организиране на

лотарии; организиране на развлекателни косплей събития; организиране на модни ревюта с развлекателна цел; организиране на представления импресарски услуги; организиране на приеми развлечения; организиране на спортни състезания; хронометриране на спортни прояви; оркестри; театрални продукции; вариететни представления; представления на живо; шоупродукции; развлекателни услуги, предоставяни от художествени галерии; ваканционни лагери развлечения; провеждане на организирани екскурзии с водач; провеждане на организирани екскурзии с катерене; спортни лагери; спортни клубове; резервация на места за представления; агенции за билетни услуги развлечения" от клас 41 МКСУ на атакуваната марка е прието, че представляват услуги за събития и екскурзии, които често се организират от и съпътстват дейността на различни образователни институции, дори и да не са непременно свързани с основната им преподавателска дейност, поради което също са сходни на услугите "обучение; академии образование; преподавателски услуги" от същия клас на по-ранната марка.

Отделно, според органа услугите "осигуряване на спортни съоръжения; осигуряване на съоръжения за голф; осигуряване на съоръжения за отмора; отдаване под наем на апарати за осветяване на театрални декори или телевизионни студиа; отдаване под наем на аудиооборудване; отдаване под наем на симулатори за тренировки; отдаване под наем на спортни площадки и терени; отдаване под наем на спортни съоръжения, с изключение на превозни средства; отдаване под наем на сценични декори; отдаване под наем на съоръжения за стадиони; отдаване под наем на тенискортове; отдаване под наем на шоудекори" от клас 41 МКСУ са сходни в ниска степен на услугите "обучение; академии образование; преподавателски услуги" от клас 41 на по-ранната марка, доколкото към образователните институции (училища, академии, университети, школи) се организират театри, музикални групи (вокални и инструментални), спортни клубове, в които участие вземат обучаваните лица, а за осъществяване на тези занимания се подsigуряват сценични декори, облекло и осветление, музикални инструменти и оборудване, спортни площадки и спортно оборудване.

Услугите "подвижни библиотечни услуги; услуги на заемни библиотеки" от клас 41 МКСУ на процесната марка и услугите "обучение; академии образование; преподавателски услуги", за които ползва закрила по-ранната марка, са сходни, т.к. образователните институции разполагат със собствена библиотечна база, предназначена за обучаваните лица, като е възможно предоставянето на достъп до нея и за трети лица, а между услугите "писане на текстове; писане на песни; писане на сценарии на филми; писане на сценарии, с изключение на такива за рекламни цели" от клас 41 на атакуваната марка е налице сходство с услугите "издателска дейност", доколкото те имат сходно естество и могат да бъдат предмет на последваща публикация под една или друга форма и са насочени към една и съща публика.

Според председателя на ПВ на РБ услугите "радио и телевизионни програми; радиоразвлечения; развлекателни услуги; развлекателни услуги, свързани с караоке; производство на радио- и телевизионни програми; видеозаписни услуги; звукозаписни студиа; композиране на музика; микрофилмиране; монтаж на видеоленти; озвучаване на филми; предоставяне на онлайн видео без възможност за сваляне; предоставяне на онлайн музика без възможност за сваляне; предоставяне на телевизионни програми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; предоставяне на филми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; прожекция на филми; производство на музика; производство на филми, с изключение на рекламни; разпространение на филми; отдаване под наем на кинофилми; отдаване под наем на видеокасети; режисура на филми, различни от рекламни филми; субтитриране на филми телевизионни развлечения; отдаване под наем на звукозаписи; отдаване под наем на кинофилми; фотографски услуги; фоторепортажи; репортерски услуги; тонрежисьорски услуги за събития; услуги за художествено оформление, с изключение на такива за рекламни цели; услуги на киностудии; услуги, свързани с провеждане на онлайн игри, предоставяни чрез компютърна мрежа; услуги за видео редактиране за събития; предоставяне на отзиви от страна на потребителите за развлекателни или културни цели; предоставяне на потребителски оценки за развлекателни или културни цели; предоставяне на информация в областта на развлеченията; предоставяне на класации от потребителите за развлекателни или културни цели" от клас 41 на атакуваната марка представляват услуги в областта на развлеченията, поради което са сходни на услугите "издателски услуги, свързани със софтуер за мултимедийно развлечение" от клас 41 МКСУ, за които е регистрирана по-ранната марка. Формулиран е извод, че предназначението на сравняваните е свързано с разпространяването и или производството на развлекателни активности, които могат да бъдат представени чрез мултимедия (чрез съчетаване на звук, изображение, текст, анимация, видео).

В производството по адм.дело № 4991/2024 г. по описа на Административен съд София-град е изслушано и прието заключение на съдебно-марковата експертиза. В заключението е посочено, че графичните изображения на двете марки са сходни, тъй като използват един и същ словен елемент *izzì*. Според вещото лице е налице фонетична и смислова идентичност и въпреки, че потребителите на стоките и услугите от класовете на регистрация са средно към високо образовани, то поради сходството на стоките и услугите и фонетичната и смислова идентичност на словния знак е налице вероятност да се объркат. Вещото лице е приело, че услугите задочно обучение; клубни услуги [обучение]; образователни услуги, предоставяни от художествени галерии; образователни услуги; образователни услуги, предоставяни от помощници за лица със специални нужди; образователни услуги, предоставяни от училища; обучение чрез симулатори; организиране и провеждане

на колоквиуми; организиране и провеждане на практически семинари [обучение]; организиране и провеждане на семинари; организиране и провеждане на образователни форуми с лично присъствие; организиране на конкурси [образование]; практическо обучение [демонстрация]; предаване на ноу-хау [обучение]; предоставяне на информация в областта на образованието; провеждане на изпити: провеждане на квалифицирани изпити; професионална преквалификация; професионално ориентиране [съвети в областта на образованието и обучението]; религиозно обучение; услуги за оценка на физическата годност с обучителни цели; услуги на частни учители; услуги на треньори [обучение]; услуги на лични треньори [фитнес]; училища – пансионите представляват услуги за обучение, което се осъществява чрез одобрени учебни програми, извършва се от преподаватели със съответен образователен ценз и се предоставят на лица, които са обучаващи се. Услугите „доставка на онлайн електронни публикации, без възможност да бъдат прехвърляни върху друг носител; издаване на книги; онлайн публикуване на електронни книги и периодични издания; публикуване на текстове, с изключение на рекламни текстове“ от клас 41, представляват издателска дейност, с предмет производство и разпространение на текстове, предоставя се съдържание за четене. Потребители на услугите са целеви аудитории – четящи и каналите на разпространение са печатни издания и онлайн издания. По отношение на услугите „забавачки“ вещото лице е констатирало, че са насочени към развитието на знания и умения и са предназначени за деца. Услугите се предоставят от лица със специфични квалификации – учители и др. под. по подходящи учебни програми.

В експертизата за услугите „организиране и провеждане на конгреси; организиране и провеждане на конференции; организиране и провеждане на симпозиуми“ от клас 41 е посочено, че представляват организиране на събития с обучителен, познавателен характер, провеждат се при определени планове и програми от квалифицирани лица – преподаватели, учители и др. под. Потребители на услугите са обучаващи се лица. Вещото лице е посочило, че услугите „подвижни библиотечни услуги; услуги на заемни библиотеки“ от клас 41 на цроцесната марка и услугите „обучение; академии [образование]; преподавателски услуги“ са с предмет предоставяне на информация от специално създаден фонд. Потребители на услугите са обучаващи се лица. Приело е, че услугата „онлайн игри, предоставяни чрез компютърна мрежа“ представлява производство и/или разпространение на развлекателен софтуер, който обикновено се реализира чрез мултимедийна технология. Същата е сходна с „услуги за публикуване на развлекателен мултимедийен софтуер“. Двете услуги се разпространяват в компютърна среда и се използват от определен кръг лица. По отношение на останалите услуги от клас 41 на по-късно регистрираната марка е приело, че се различават от услугите на по-ранно регистрираната марка.

Въз основа на така установеното от фактическа страна съдът, настоящият съдебен състав обосновава следните правни изводи:

Жалбата е ПРОЦЕСУАЛНО ДОПУСТИМА, като подадена от надлежна страна, срещу подлежащ на обжалване индивидуален административен акт и в законоустановения двумесечен срок по чл. 84, ал. 1 от ЗМГО.

Разгледана по същество, жалбата е ЧАСТИЧНО ОСНОВАТЕЛНА.

Оспореното решение е издадено от компетентен орган, в съответствие с разпоредбата чл. 76, ал. 8 във връзка с ал. 7 от ЗМГО. Компетентността на издателя на оспореното решение, произтича от ЗМГО, поради което съдът намира, че решението не страда от порока по чл. 146, т. 1 от АПК.

Спазено е изискването за форма на административния акт по чл. 59 от АПК, доколкото в приложимия специален закон (ЗМГО), липсват специфични изисквания към съдържанието и формата на акта. Оспореното решение е в писмена форма, като съдържа изискуемите по чл. 59, ал. 2 от АПК реквизити. Посочени са фактическите и правни основания за издаването му, което е предпоставка за упражняване на контрол за законосъобразност.

При постановяване на оспореното решение не са допуснати и съществени нарушения на процесуалните правила, установени в чл. 76, ал. 1 - ал. 7 от ЗМГО, които да мотивират неговата отмяна. Подаденото искане за заличаване на марка е съобщено на заинтересованата страна, притежател на атакуваната марка, като ѝ е предоставен срок за възражение. Съгласно изискването на чл. 76, ал. 2 от ЗМГО възражението е изпратено на депозирания искането за заличаване на марката за писмено становище. Депозираното от него писмено становище е предоставено на заинтересованата страна (чл. 76, ал. 4 от ЗМГО). Съставът по спорове е разгледал искането, възражението на заинтересованата страна и отговора на притежателя на марката, както и депозираните от тях писмени доказателствата и е изготвил становище за вземане на решение. Изложеното, обосновава извод, че в хода на административното производство не са допуснати нарушения на процесуалните правила, които да бъдат квалифицирани като съществени и които да са довели до нарушаване на правото на защита на участниците.

При преценката за съответствие на акта с материалноправните разпоредби, настоящият съдебен състав съобрази следното:

Разпоредбата на чл. 9, ал. 1 от ЗМГО определя марката като знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и който може да бъде представен графично. Такива знаци могат да бъдат думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, комбинация от цветове, звукови знаци или всякакви комбинации от такива знаци.

Съгласно чл. 36, ал. 3, т. 1 от ЗМГО, регистрацията на марка се заличава, когато марката е регистрирана в нарушение на чл. 12 от ЗМГО. Нормата на чл. 12 посочва

относителните основания за отказ за регистрация на марка. В случая основаниято за заличаването е това по ал. 1, т. 2 на чл. 12, а именно: 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. При това предпоставките за заличаване на марка на основаниято по чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО са: по-ранно право върху марка; идентичност или сходство между стоките или услугите на атакуваната и по-ранната марка; идентичност или сходство между марките в конфликт; вероятност за объркване на потребителите. Посочените предпоставки следва да са налице в условията на кумулативност.

По делото е безспорно, че с искането за заличаване „Профил Клетт“ ДОО [населено място] противопоставя марка на ЕС №[ЕИК] IZZI, комбинирана, заявена на 13.11.2018 г., регистрирана на 14.03.2019 г. за стоки и услуги от класове 9, 41 и 42 по МКСУ, със срок на действие на регистрацията до 13.11.2028 г., а процесната марка е с дата на заявяване 15.05.2020 г. и дата на регистрация 01.12.2020 г. Изложеното сочи, че административният орган, правилно е приел, че по-ранно право върху марка по смисъла на чл. 12, ал. 2, т. 7 от ЗМГО е възникнало в полза на „Профил Клетт“ ДОО [населено място], с което е изпълнена първата предпоставка на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО.

Основната функция на марката е да отличава стоките и/или услугите на едно лице от тези на други лица. Отличителната способност на марката се преценява винаги спрямо стоките и/или услугите, за които се отнася и от гледна точка на техните потребители. Марката винаги трябва 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 нейният отличителен характер е цялостното впечатление, което тя създава у потребителите (Методически указания за прилагане на чл. 11 и чл. 12 от ЗМГО). При закупуване на стоките или използване на услугата потребителят не разполага с възможност да сравни знака, поставен върху стоката, с регистрирания знак. Той разчита на запазеното в паметта му изображение на знака, което е обусловено от много субективни фактори. Но въпреки това съществува една неизменчивост на възприятието, която е обусловена от доминиращите елементи в марката. Оценката на степента на сходството на марките не трябва да се базира на отделни техни елементи, а следва да се основава на тяхната цялост, вземайки предвид "отличителните" и "доминиращи" елементи в състава им.

Доминиращ елемент в състава на по-ранната марка с ЕУТМ №[ЕИК] е словният „IZZI“, тъй като е представен с бели букви на тъмен фон, поради което е визуално изпъкващ, а освен това заема и по-голяма площ в марката. Атакуваната марка, която е комбинирана, е без ясно изразен доминиращ елемент в състава ѝ тъй като от гледна точка на композиционното и цветово оформление на включените в нея словни и фигуративни елементи, то те са представени сравнително равномерно

един спрямо друг и възприети общо създават впечатление за цялост, без да се откроява център или елемент, който преимуществено да акцентира върху себе си.

Отличителността на по - ранната марка с EUTM №[ЕИК] се носи от словния „IZZI”, тъй като няма пряка връзка с услугите, за които марката се ползва със закрила. Марката освен това съдържа фигуративни елементи, представляващи преплитачи се помежду си кръг и триъгълник. Отличителният елемент при атакуваната марка, е словосъчетанието “IZZI”.

Визуалното сходство се основава на визуалното въздействие на марките, определено от начина на представяне на думи, букви, цифри, фигури, рисунки и от цветовете. При визуално сравнение на двете марки, вещото лице е установило, че и двете съдържат идентичния словен елемент “IZZI”, разположен в дясната част на знаците. Допълнителните визуални елементи, които допълват словесния елемент, са различни както по форма, така и по цвят. Атакуваната марка използва бледосин цвят за словесния елемент, поставен върху бял фон или без фон, докато по-ранната марка използва контрастни цветовете - бял шрифт върху тъмносин фон. Освен това, двете марки се различават по използваните шрифтове и по начина на изписване на словесния елемент - с малки букви при по-ранната марка и с комбинация от главна и малки букви при атакуваната.

Според вещото лице, впечатлението за визуално сходство между марките се дължи на общата дума „IZZI”, която съставлява по-ранната марка и е визуално най-забележим елемент на процесната марка, което дава основание да се приеме, че потребителите ще възприемат /забележат първо него, т.е. и в двата знака потребителите ще разпознаят поредицата от букви, съставляващи думата „IZZI”, което е основание двата знака да се разглеждат като визуално сходни. При това положение, независимо, че словния елемент „IZZI” при марките се намира в различни композиционни решения - различен начин на изписване на думата, общата преценка е за наличие на визуално сходство.

Фонетичното сходство се основава на звученето на марките, определено от дължина 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 начало на думата, типични окончания и типични звукосъчетания в средата на думата. Фигуративните елементи на марката, които не могат да се произнесат, не са обект на фонетична преценка.

Регистрираната по-ранна марка и процесната марка се състоят от една дума - „IZZI”. В конкретният случай словният елемент „IZZI” се явява отличителен при атакуваната марка и регистрираната по-ранна марка. Според експертното заключение, в двата случая има идентично фонетично начало и край на тази дума, като не се различава във фонетичен аспект - не изисква различна артикулация. Също така е налице еднакъв брой срички и букви. След като отличителният

(доминиращ) словен елемент на знака се включва изцяло в регистрираната по-ранна марка, то те са сходни до степен, която съществува вероятност за объркване на потребителите, при условие, че услугите, за които са предназначени знаците са идентични или с висока степен на сходство.

По отношение на смисловото сходство следва да се отбележи, че процесните марки съдържат една дума „IZZI”, която не е налична в речниковия фонд на българския език, както и не е установено значение на популярните в Р.България европейски езици, като: английски, френски, немски, италиански и испански език. Следователно, марките, ще бъдат възприети като фантазийни от потребителите.

С оглед изложеното, изводите, до които е достигнал административният орган относно идентичност или сходство между марките в конфликти, са правилни, като това становище се потвърждава и от заключението по изслушаната съдебно-маркова експертиза (по адм. д. №4991/2024 на АССГ).

При преценката за сходство на стоките/услугите следва да бъдат взети предвид всички относими фактори, като тяхното естество, предназначение, начин/метод на употреба, дали са взаимно допълващи се или в конкуренция едни с други, техните потребители и обичайният им произход. Най-общо, стоките/услугите могат да бъдат определени като сходни, когато притежават общи характеристики. Стоките и услугите са групирани в класове, съгласно МКСУ. Заглавията на класовете (хедингите) показват най-общо областта, към която принадлежат стоките и услугите. Принадлежността на стоките и услугите към един клас увеличава вероятността за наличие на идентичност или сходство между тях. Възможно е също така стоки и/или услуги от един клас да не са сходни помежду си и обратно, стоки и/или услуги от различни класове да са сходни едни на други. Идентични са стоките и/или услугите, които са описани с еднакви термини или със синоними, или когато стоките и/или услугите на по-ранната марка са посочени посредством заглавието (хединга) на класа от Ницската класификация или обобщена категория стоки и/или услуги, която включва в себе си конкретно посочени стоки и/или услуги на процесната марка попадащи в същия този клас. Сходни са стоките/услугите, които имат еднакво естество и природа, предназначение и начин на използване, едни и същи потребители, разпространяват се по един и същи начин, конкурентните и допълващи се стоки/услуги и др.

В тази насока настоящият съдебен състав, при преценка на стоките и услугите, за които са регистрирани сравняваните марки, намира, че следва изцяло да бъде ценено приетото в първоинстанционното производство по адм.дело №4991/2024 и неоспорено от страните заключение от съдебно-маркова експертиза.

Обоснован е изводът, че има сходство между атакуваните услуги от клас 38 „телекомуникационни услуги“ и тези от клас 9 „софтуер; компютърни софтуерни платформи; компютърни софтуерни приложения; компютърен софтуер за кодиране; компютърни софтуерни приложения, компютърен софтуер за кодиране;

компютърни софтуерни приложения за сваляне; системен софтуер; софтуер за медии; мулти-медиен софтуер; софтуер за смартфони; софтуер за изкуствен интелект; инструменти за разработване на компютърен софтуер; софтуер за виртуална реалност; софтуерни приложения за мобилни телефони; софтуер за уеб сървъри; софтуер за сървър за бази данни; софтуер за достъп до съдържание; електронни публикации (които могат да бъдат прехвърляни върху друг носител); медиен софтуер и софтуер за публикуване; софтуер за уеб приложения" на по-ранната марка. Телекомуникациите представляват далекосъобщения, които се осъществяват чрез пренасяне, излъчване, предаване или приемане на знаци, сигнали, писмен текст, изображения, звук или съобщения от всякакъв вид чрез проводник, радиовълни, оптични или друга електромагнитна среда. Телекомуникационните услуги обхващат услуги, които позволяват на поне една страна да осъществи връзка с друга, както и услуги за излъчване и пренос на данни, арг. Обяснителните бележки към МКСУ клас 38. Този клас включва в частност предаване на цифрови файлове и електронна поща; предоставяне на достъп до глобална компютърна мрежа; радиопредавания, радиоемисии, телевизионни предавания, емисии; излъчване на видеозаписи по поръчка; предоставяне на достъп до форуми за разговори и интернет (чатрум) и осигуряване на онлайн форуми; телефонни услуги и услуги, свързани с гласова поща; услуги за телеконферентна и видеоконферентна връзка. При предоставяне на телекомуникационни услуги неминуемо се използват, както средства, като оборудване за компютърни мрежи, за разпръскване на радио- и телевизионен сигнал за комуникация на данни, така и софтуерни продукти, предназначени или осигуряващи комуникационна връзка. Пазарите на комуникационно оборудване, хардуер и софтуер, от една страна, и телекомуникационните услуги, от друга страна, определено са взаимосвързани. В този смисъл стоки, като различни софтуерни продукти се използват в тясна връзка с телекомуникационните услуги, тъй като могат да бъдат съществени или абсолютно необходими за извършването на тези услуги. Между стоките „софтуер; компютърни софтуерни платформи; компютърни софтуерни приложения; компютърен софтуер за кодиране; компютърни софтуерни приложения, компютърен софтуер за кодиране; компютърни софтуерни приложения за сваляне; системен софтуер; софтуер за медии; мулти-медиен софтуер; софтуер за смартфони; софтуер за изкуствен интелект; инструменти за разработване на компютърен софтуер; софтуер за виртуална реалност; софтуерни приложения за мобилни телефони; софтуер за уеб сървъри; софтуер за сървър за бази данни; софтуер за достъп до съдържание; електронни публикации (които могат да бъдат прехвърляни върху друг носител); медиен софтуер и софтуер за публикуване; софтуер за уеб приложения" от клас 9 и от клас 38 е налице сходство, тъй като предназначението, потребителите и дистрибуторските им канали са едни и същи. Обоснован е и изводът за наличие на идентичност между услугите от клас 41 на

атакуваната марка „академии [образование]; обучение; преподаване с услугите „обучение; академии [образование]; преподавателски услуги“ от същия клас на по-ранната марка, тъй като са използвани идентични термини.

Услугите „задочно обучение; клубни услуги [обучение]; образователни услуги, предоставяни от художествени галерии; образователни услуги; образователни услуги, предоставяни от помощници за лица със специални нужди; образователни услуги, предоставяни от училища; обучение чрез симулатори; организиране и провеждане на колоквиуми; организиране и провеждане на практически семинари [обучение]; организиране и провеждане на семинари; организиране и провеждане на образователни форуми с лично присъствие; организиране на конкурси [образование]; практическо обучение [демонстрация]; предаване на ноу-хау [обучение]; предоставяне на информация в областта на образованието; провеждане на изпити; професионална преквалификация; професионално ориентиране [съвети в областта на образованието и обучението]; религиозно обучение; услуги за оценка на физическата годност с обучителни цели; услуги на частни учители; услуги на треньори [обучение]; училища - пансиони от клас 41 по МКСУ на атакуваната марка представляват конкретно изброени услуги в сферата на образованието, които се включват в обобщените понятия „академии [образование]; преподавателски услуги“, за които е регистрирана по-ранната марка, поради което между тях е налице идентичност. Както се посочи, идентичност съществува не само когато услугите съвпадат изцяло (използвани еднакви термини или синоними), но и когато и доколкото услугите на оспорваната марка спадат към по-широката категория, обхваната от по-ранната марка, или когато и доколкото - обратното - по-широк термин на оспорваната марка включва по-специфичните услуги на по-ранната марка. Разглежданите по-горе услуги са идентични по своето естество, предназначение и начин на използване, като могат да бъдат възприемани от потребителите като взаимозаменяеми или допълващи се.

Услугите „доставка на онлайн електронни публикации, без възможност да бъдат прехвърляни върху друг носител; издаване на книги; онлайн публикуване на електронни книги и периодични издания; публикуване на текстове, с изключение на рекламни текстове“ от клас 41 по МКСУ на атакуваната марка попадат в обобщената категория „издателска дейност“ от клас 41 по МКСУ на противопоставената марка. Посочените услуги са свързани с производството, разпространението и предоставянето на текстови и други видове съдържание на потребителите. Това се дължи на тяхното общо предназначение - предоставяне на съдържание за четене, както и на сходния начин на ползване, целеви аудитории и канали за разпространение, предвид което и между тях е налице идентичност.

Правилно е прието и че услугите „забавачки“ от клас 41 по МКСУ на процесната марка, са сходни на услугите „обучение; преподавателски услуги“ от клас 41 по МКСУ на по-ранната марка. Тези категории услуги споделят сходно естество, тъй

като са насочени към развитието на знания, умения и способности, предназначени са за една и съща целева аудитория и тези услуги могат да бъдат предоставяни от едни и същи лица или организации, а дори да се предлагат съвместно, например като част от интегрирани образователни програми. Тези услуги споделят общата цел, а именно: да предоставят знания, умения и развитие на потребителите, макар и чрез различни методи и подходи. Следователно, тези услуги са сходни по своето естество, предназначение и начин на използване.

По отношение на услугите *„организиране и провеждане на конгреси; организиране и провеждане на конференции; организиране и провеждане на симпозиуми”* от клас 41 по МКСУ на атакуваната марка е налице сходство с услугите *„обучение; академии [образование]”* от клас 41 по МКСУ на по-ранната марка. Организирането на конгреси, конференции и симпозиуми изисква планиране, координация и логистични умения, които са сходни с тези, необходими за предоставянето на образователни услуги. Често тези събития включват лекции, семинари и работни групи, които са типични за образователната среда. Освен това, тези категории услуги са насочени към постигане на сходни цели, като разпространение на знания, насърчаване на научните изследвания и създаване на професионални мрежи. Предвид изложеното, разгледаните услуги са сходни по своето естество, предназначение и начин на използване, като могат да бъдат възприемани от потребителите като взаимозаменяеми или допълващи се.

Сходство е налице и между услугите *„подвижни библиотечни услуги; услуги на заемни библиотеки“* от клас 41 по МКСУ на процесната марка и услугите *„обучение; академии [образование]“* от клас 41 по МКСУ, за които по-ранната марка се ползва със закрила на територията на Р. България. Според заключението на вещото лице, образователните институции разполагат със собствени библиотечни фондове, които са неразделна част от образователния процес. С оглед на тясната функционална връзка между образователните и библиотечните услуги, е напълно възможно един и същ субект да предлага и двете. Това води до припокриване на пазарните ниши, като услугите се насочват към сходна целева аудитория, търсеща знания и информация. Тази синергия между услугите улеснява тяхното възприемане от потребителите като допълващи се и като част от единна образователна екосистема.

Сходството между оспорените услуги *“услуги, свързани с провеждане на онлайн игри, предоставяни чрез компютърна мрежа”* от клас 41 по МКСУ на процесната марка с *“услуги за публикуване на развлекателен мултимедиен софтуер”* от клас 41 по МКСУ на по-ранната марка е налице доколкото, сравняваните услуги са насочени към производството и/или разпространението на развлекателен софтуер, който обикновено се реализира чрез мултимедийни технологии и са функционално близки. Това сходство създава предпоставки за съвпадение на субектите, извършващи тези дейности, както и на начините, по които услугите достигат до

потребителите.

С това съдът намира, че е налице и втората предпоставка на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО.

Останалите услуги на процесната марка, а именно: „калиграфски услуги; дискотеки; жестомимичен превод; зоологически градини; дресиране на животни; клубни услуги [развлечения]; осигуряване на оборудване за казина [хазарт]; осигуряване на оборудване за музеи [представления, изложби]; осигуряване на услуги в зали с игрални автомати; отдаване под наем на видеокамери; отдаване под наем на видеокасетофони; отдаване под наем на екипировка за подводно плуване; отдаване под наем на закрити аквариуми; отдаване под наем на играчки; отдаване под наем на кинематографски апарати; отдаване под наем на оборудване за игри; отдаване под наем на произведения на изкуството; отдаване под наем на радио- и телевизионни приемници; позиране на модели за художници; преводачески услуги; представяне на кинотеатри; предоставяне на информация, относно отмора и почивка; услуги на артисти; услуги на дисководеци; услуги на нощни клубове [развлечения]; услуги на увеселителни паркове; услуги за рисуване върху лице; услуги, свързани с хазартни игри; услуги на техници по осветлението за събития; устен превод; циркови представления; гимнастически тренировки; провеждане на курсове по фитнес; обучение по айкидо; обучение по джудо; услуги на лични треньори [фитнес]; физическо възпитание; провеждане на организирани екскурзии с водач; провеждане на организирани екскурзии с катерене; спортни лагери; спортни клубове; организиране на спортни състезания; хронометриране на спортни прояви; осигуряване на спортни съоръжения; осигуряване на съоръжения за голф; осигуряване на съоръжения за отмора; отдаване под наем на симулатори за тренировки; отдаване под наем на спортни площадки и терени; отдаване под наем на спортни съоръжения, с изключение на превозни средства; отдаване под наем на съоръжения за стадиони; отдаване под наем на тенискортове; обучение по провеждане на чаена церемония; организиране и провеждане на концерти; организиране на балове; организиране на изложби с културни или развлекателни цели; организиране на конкурси [развлечения]; организиране на конкурси за красота; организиране на лотарии; организиране на развлекателни косплей събития; организиране на модни ревюта с развлекателна цел; организиране на представления [импресарски услуги]; организиране на приеми [развлечения]; оркестри; театрални продукции; вариететни представления; представления на живо; шоупродукции; развлекателни услуги, предоставяни от художествени галерии; ваканционни лагери [развлечение]; резервация на места за представления; агенции за билетни услуги [развлечение]; отдаване под наем на апарати за осветяване на театрални декори или телевизионни студиа; отдаване под наем на отдаване под наем на сценични декори; отдаване под наем на шоудекори; радио и телевизионни програми; радиоразвлечения; развлекателни

услуги; развлекателни услуги, свързани с караоке; производство на радио- и телевизионни програми; видеозаписни услуги; звукозаписни студиа; композиране на музика; микрофилмиране; монтаж на видеоленти; озвучаване на филми; предоставяне на онлайн видео без възможност за сваляне; предоставяне на онлайн музика без възможност за сваляне; предоставяне на телевизионни програми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; предоставяне на филми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; прожекция на филми; производство на музика; производство на филми, с изключение на рекламни; разпространение на филми; отдаване под наем на кинофилми; отдаване под наем на видеокасети; режисура на филми, различни от рекламни филми; провеждане на квалификационни изпити за потребители за пилотиране на дронове; субтитриране на филми телевизионни развлечения; отдаване под наем на звукозаписи; отдаване под наем на кинофилми; фотографски услуги; фоторепортажи; репортерски услуги; тонрежисьорски услуги за събития; услуги за художествено оформление, с изключение на такива за рекламни цели; услуги на киностудиа; услуги за видео редактиране за събития; предоставяне на отзиви от страна на потребителите за развлекателни или културни цели; предоставяне на потребителски оценки за развлекателни или културни цели; предоставяне на информация в областта на развлеченията; предоставяне на класации от потребителите за развлекателни или културни цели; писане на текстове; писане на песни; писане на сценарии на филми; писане на сценарии, с изключение на такива за рекламни цели “ от клас 41 по МКСУ се различават от услугите от клас 41 по МКСУ на по-ранната марка. Услугите на процесната марка попадат в обобщена категория от заглавието на класа (хединг) “развлечение, спортна и културна дейност” на клас 41 по МКСУ. Същите обаче, се различават от услугите, за които се ползва със закрила по-ранната марка, тъй като имат различно естество и предназначение, защото обикновено не се предоставят от едни и същи субекти. Разглежданите услуги не са взаимно свързани и допълващи се, не са и в конкуренция помежду си. По отношение на тези услуги не се установява сходство със стоките и услугите с по-ранните марки на опонента и за тях не са налице основанията по чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО. Следователно, по отношение на несходните стоки/услуги не са налице основания за прилагане на хипотезата на чл. 36, ал. 3, т. 1 от ЗМГО, във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, което като е сторено от административния орган е довело до неправилно прилагане на материалния закон, по отношение на заличаване на процесната марка за гореизброените стоки/услуги.

Вероятността за объркване на потребителите е възможност за свързване с по-ранна марка и създаването на погрешна представа за производителя или търговеца на стоките, т.е. опасност потребителите да вярват, че стоките са на същите или икономически свързани лица. Преценката за вероятността за объркване се извършва въз основа на всички относими фактори по случая, а именно идентичност

или степен на сходство на процесната и по-ранните марки; степен на отличителност на по-ранните марки; 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-ранните марки. Основният въпрос, поставен с нормата на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, е дали сходството между сравняваните марки е такова, че то би създадо вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване на процесната марка с по-ранните. Средният потребител, дори когато е добре информиран и умерено наблюдателен, невинаги подхожда с еднакви внимание към отделните видове стоки. Съгласно практиката на EUIPO, трябва да се има предвид, че степента на внимание на средния потребител е склонна да варира в зависимост от въпросната категория стоки или услуги. При избора си потребителят не разполага с възможността да сравнява директно противопоставимите марки, както се прави това в настоящото съдебно производство, а трябва да разчита на изображението и на общото впечатление, съхранено в неговата памет. Колкото по-голяма е степента на внимание, толкова по-малка е степента на объркване. В настоящия случай кръгът на релевантните потребители обхваща както крайните потребители на образователни услуги (студенти, ученици), така и преподаватели, които притежават специализирани знания в съответния образователен сектор. Предвид спецификите на този сектор и характера на предлаганите услуги, се предполага, че нивото на внимание на потребителите към ценовите параметри е средно до високо. Това се дължи на факта, че както крайните потребители, така и преподавателите обикновено извършват внимателен анализ на предлаганите опции, като отчитат не само цената, но и качеството, репутацията на доставчика и други релевантни фактори.

Според експертизата, сравнителният анализ на противопоставените помежду си марки показва, че между тях е налице визуално сходство, както и фонетична идентичност, произтичаща от общия за тях словен елемент „IZZl”, поставен на аналогично място в състава на двете марки. Налице е композиционното представяне на процесиите марки, включващо допълнителни елементи, които внасят известно различие между тях. Съществуват разлики в цветовото представяне на знаците, във фигуративните елементи и фона на думите и изображенията. При комбинираните марки, съдържащи словен и фигуративен елемент, потребителите са по-склонни да обръщат повече внимание на словния елемент, тъй като чрез него обичайно запомнят и разпознават марката, а не чрез описание на фигуративните им елементи. В случая марките споделят именно идентичен словен елемент „IZZl”, който освен че е отличителен, е и доминиращ в състава и на двете марки. Тези обстоятелства, преценени в съвкупност, позволяват извод, че е налице вероятност за

объркване на потребителите.

Поради това в случая е налице вероятност за объркване на потребителите по смисъла на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО по отношение на тези услуги, за които се установи идентичност и сходство с услугите на по-ранната марка, а именно:

- услугите от клас 38 „телекомуникационни услуги“ на атакуваната марка с рег. № 0158911 IZZI, комбинирана, на жалбоподателя, за които е заличена регистрацията
- и клас 41 „академии [образование]; обучение; преподаване; задочно обучение; клубни услуги [обучение]; образователни услуги, предоставяни от художествени галерии; образователни услуги; образователни услуги, предоставяни от помощници за лица със специални нужди; образователни услуги, предоставяни от училища; обучение чрез симулатори; организиране и провеждане на колоквиуми; организиране и провеждане на практически семинари [обучение]; организиране и провеждане на семинари; организиране и провеждане на образователни форуми с лично присъствие; организиране на конкурси [образование]; практическо обучение [демонстрация]; предаване на ноу-хау [обучение]; предоставяне на информация в областта на образованието; провеждане на изпити; професионална преквалификация; професионално ориентиране [съвети в областта на образованието и обучението]; религиозно обучение; услуги за оценка на физическата годност с обучителни цели; услуги на частни учители; услуги на треньори [обучение]; училища – пансиони; доставка на онлайн електронни публикации, без възможност да бъдат прехвърляни върху друг носител; издаване на книги; онлайн публикуване на електронни книги и периодични издания; публикуване на текстове, с изключение на рекламни текстове; забавачки; организиране и провеждане на конгреси; организиране и провеждане на конференции; организиране и провеждане на симпозиуми; отдаване под наем на аудиооборудване; подвижни библиотечни услуги; услуги на заемни библиотеки; услуги, свързани с провеждане на онлайн игри, предоставяни чрез компютърна мрежа.

Изложеното до тук обосновава извод, че сравняваните марки са сходни, поради което с регистрацията на заявената марка се създава вероятност от объркване на потребителите, включително чрез свързване с по-ранната марка по отношение на услугите от клас 38 и част от клас 41, за които се констатира сходство и идентичност. По отношение на останалите услуги не са налице са предпоставките на чл.12, ал.1, т.2 ЗМГО – като е приел обратното административният орган е постановил частично незаконосъобразен административен акт.

По изложените съображения настоящият съдебен състав приема, че Решение №РС-56-[1]/08.03.2024 г. на председателя на Патентното ведомство е незаконосъобразно в частта му, в която на основание чл. 76, ал. 7, т. 2 от ЗМГО заличава регистрацията на марка с рег. № 0158911 IZZI, комбинирана,, за услугите от клас 41: „обучение по айкидо: обучение по джудо; обучение по провеждане на

чаена церемония; дресиране на животни; провеждане на квалификационни изпити за потребители за пилотиране на дрона; провеждане на курсове по фитнес; гимнастически тренировки; услуги на лични треньори [фитнес]; физическо възпитание; организиране и провеждане на концерти; организиране на балове; организиране на изложби с културни или развлекателни цели; организиране на конкурси [развлечения]; организиране на конкурси за красота; организиране на лотарии; организиране на развлекателни костюми събития; организиране на модни ревюта с развлекателна цел; организиране на представления [импресарски услуги]; организиране на приеми [развлечения]; организиране на спортни състезания; хронометриране на спортни прояви; оркестри; театрални продукции; вариететни представления; представления на живо; шоупродукции; развлекателни услуги, предоставяни от художествени галерии; ваканционни лагери [развлечение]; провеждане на организирани екскурзии с водач; провеждане на организирани екскурзии с катерене; спортни лагери; спортни клубове; резервация на места за представления; агенции за билетни услуги [развлечение]; осигуряване на спортни съоръжения; осигуряване на съоръжения за голф; осигуряване на съоръжения за отмора; отдаване под наем на апарати за осветяване на театрални декори или телевизионни студия; отдаване под наем на симулатори за тренировки; отдаване под наем на спортни площадки и терени; отдаване под наем на спортни съоръжения, с изключение на превозни средства; отдаване под наем на сценични декори; отдаване под наем на съоръжения за стадиони; отдаване под наем на тенискортове; отдаване под наем на шоудекори; писане на текстове; писане на песни; писане на сценарии на филми; писане на сценарии, с изключение на такива за рекламни цели; радио и телевизионни програми; радиоразвлечения; развлекателни услуги; развлекателни услуги, свързани с караоке; производство на радио- и телевизионни програми; видеозаписни услуги; звукозаписни студия; композиране на музика; микрофилмиране; монтаж на видеоленти; озвучаване на филми; предоставяне на онлайн видео без възможност за сваляне; предоставяне на онлайн музика без възможност за сваляне; предоставяне на телевизионни програми по поръчка, без възможност да бъдат свалени; предоставяне на филми по поръчка, без възможност да бъдат свалени; прожекция на филми; производство на музика; производство на филми, с изключение на рекламни; разпространение на филми; отдаване под наем на кинофилми; отдаване под наем на видеокасети; режисура на филми, различни от рекламни филми; субтитриране на филми телевизионни развлечения; отдаване над наем на звукозаписи; отдаване под наем на кинофилми; фотографски услуги; фоторепортажи; репортерски услуги: тонрежисьорски услуги за събития; услуги за художествено оформление, с изключение на такива за рекламни цели; услуги на киностудия; услуги за видео редактиране за събития; предоставяне на отзиви от страна на потребителите за развлекателни или културни цели; предоставяне на потребителски оценки за

развлекателни или културни цели; предоставяне на информация в областта на развлеченията; предоставяне на класации от потребителите за развлекателни или културни цели.“. Поради това решението следва да бъде отменено в тази част, а в останалата - оставено в сила.

При този изход на спора в полза на страните се дължат разноски пропорционално на уважената, съответно отхвърлената част от жалбата. На Патентното ведомство следва да бъде изплатена съобразно отхвърлената част от жалбата общата сума от 150 /сто и петдесет/ лева юрисконсултско възнаграждение за процесуално представителство при първото разглеждане на делото на първа инстанция, както и в настоящото второ по ред първоинстанционно производство /по 75 лева за всяка инстанция/, както и 100 /сто/ лева за касационното производство, или общо 250 /двеста и петдесет/ лева.

Претенцията на оспорващия за присъждане на разноски следва да бъде уважена, съразмерно на уважената част от жалбата. Такива се претендират в размер на 3443,67 лева, от които 50 лева за заплатена държавна такса за първоинстанционното производство по адм. дело №4991/2024 г., 323,67 лева за внесен депозит за възнаграждение на вещо лице и 1200 лева за заплатено адвокатско възнаграждение за първоинстанционното производство по адм. дело №4991/2024 г., 370 лв. държавна такса за касационното производство и 1500 лв. заплатено адвокатско възнаграждение за касационното производство. Следва ответникът да бъде осъден да заплати на жалбоподателя сумата в размер на 1700 лева, представляваща разноски по производството, съразмерно на уважената част от жалбата.

Заинтересованата страна претендира разноски в размер на 13 880,52 лв., от които 5 867,46 лв. адвокатско възнаграждение за първоинстанционното производство по адм. дело №4991/2024 г. и 8013,03 лв. разноски за административното производство. Разноски за административното производство пред Патентно ведомство, не се присъждат от съда, а следва да бъдат търсени по общия исков ред. На заинтересованото лице следва да бъдат заплатени направените по делото разноски за адвокатско възнаграждение в размер на 2 700 лв., съобразно изхода на спора.

Поради изложеното и на основание чл. 172, ал. 2 АПК, Административен съд София град, II отделение, 56 състав,

РЕШИ:

ОТМЕНЯ по жалбата на Д. Г. В. Решение №РС-56-[1]/08.03.2024 г. на председателя на Патентното ведомство В ЧАСТТА, в която на основание чл. 76, ал. 7, т. 2 от ЗМГО е заличена регистрацията на марка с рег. № 0158911 IZZI, комбинирана, за услугите от клас 41: „*обучение по айкидо; обучение по джудо; обучение по провеждане на чаена церемония; дресиране на животни; провеждане на*

квалификационни изпити за потребители за пилотиране на дроне; провеждане на курсове по фитнес; гимнастически тренировки; услуги на лични треньори [фитнес]; физическо възпитание; организиране и провеждане на концерти; организиране на балове; организиране на изложби с културни или развлекателни цели; организиране на конкурси [развлечения]; организиране на конкурси за красота; организиране на лотарии; организиране на развлекателни косплей събития; организиране на модни ревюта с развлекателна цел; организиране на представления [импресарски услуги]; организиране на приеми [развлечения]; организиране на спортни състезания; хронометриране на спортни прояви; оркестри; театрални продукции; вариететни представления; представления на живо; шоупродукции; развлекателни услуги, предоставяни от художествени галерии; ваканционни лагери [развлечение]; провеждане на организирани екскурзии с водач; провеждане на организирани екскурзии с катерене; спортни лагери; спортни клубове; резервация на места за представления; агенции за билетни услуги [развлечение]; осигуряване на спортни съоръжения; осигуряване на съоръжения за голф; осигуряване на съоръжения за отмора; отдаване под наем на апарати за осветяване на театрални декори или телевизионни студия; отдаване под наем на симулатори за тренировки; отдаване под наем на спортни площадки и терени; отдаване под наем на спортни съоръжения, с изключение на превозни средства; отдаване под наем на сценични декори; отдаване под наем на съоръжения за стадиони; отдаване под наем на тенискортове; отдаване под наем на шоудекори; писане на текстове; писане на песни; писане на сценарии на филми; писане на сценарии, с изключение на такива за рекламни цели; радио и телевизионни програми; радиоразвлечения; развлекателни услуги; развлекателни услуги, свързани с караоке; производство на радио- и телевизионни програми; видеозаписни услуги; звукозаписни студия; композиране на музика; микрофилмиране; монтаж на видеоленти; озвучаване на филми; предоставяне на онлайн видео без възможност за сваляне; предоставяне на онлайн музика без възможност за сваляне; предоставяне на телевизионни програми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; предоставяне на филми по поръчка, без възможност да бъдат сваляни; прожекция на филми: производство на музика; производство на филми, с изключение на рекламни; разпространение на филми; отдаване под наем на кинофилми; отдаване под наем на видеокасети; режисура на филми, различни от рекламни филми; субтитриране на филми телевизионни развлечения; отдаване над наем на звукозаписи; отдаване под наем на кинофилми; фотографски услуги; фоторепортажи; репортерски услуги: тонрежисьорски услуги за събития; услуги за художествено оформление, с изключение на такива за рекламни цели; услуги на киностудия; услуги за видео редактиране за събития; предоставяне на отзиви от страна на потребителите за развлекателни или културни цели; предоставяне на потребителски оценки за развлекателни или

културни цели; предоставяне на информация в областта на развлеченията; предоставяне на класации от потребителите за развлекателни или културни цели.“.

ОТХВЪРЛЯ жалбата на Д. Г. В. срещу Решение №РС-56-[1]/08.03.2024 г. на председателя на Патентното ведомство в останалата обжалвана част.

ОСЪЖДА Д. Г. В. от [населено място] да заплати на Патентно ведомство на Република България сумата от 250 /двеста и петдесет/ лева, представляващи разноски за юрисконсултско възнаграждение по делото.

ОСЪЖДА Патентно ведомство на Република България да заплати на Д. Г. В. от [населено място] сумата от 1700 /хиляда и седемстотин/ лева, представляващи разноски в производствата по адм.д. №4991/2024 на АССГ и к.а.д. №2431/2025 г. на ВАС.

ОСЪЖДА Д. Г. В. да заплати на „Профил Клетт“ ДОО [населено място], Република Х. направените по делото разноски в размер на 2 700 /две хиляди и седемстотин/ лева.

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

СЪДИЯ: