

# Протокол

## №

гр. София, 06.04.2026 г.

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 38 състав, в**  
публично заседание на 06.04.2026 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Ивета Стефанова**

при участието на секретаря Елена Георгиева, като разгледа дело номер **395** по описа за **2025** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

След изпълнение на разпоредбите на чл.142, ал.1 ГПК вр. с чл.144 АПК, на именно повикване в 13.00 ч. се явиха:

ЖАЛБОПОДАТЕЛЯТ „ЮРОБАНК БЪЛГАРИЯ“ АД – редовно уведомен, представлява се от адвокат С. С., с пълномощно по делото.

ОТВЕТНИКЪТ ПРЕДСЕДАТЕЛЯТ НА ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ – редовно уведомен, не се представлява.

ЗАИНТЕРЕСОВАНАТА СТРАНА NEXI PAYMENTS S.P.A., ИТАЛИЯ – редовно уведомена, представлява се от адвокат Е. М., с пълномощно по делото.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ В. А. П. – редовно уведомен, явява се лично.

СТРАНИТЕ /поотделно/: Да се даде ход на делото.

СЪДЪТ, предвид липсата на процесуални пречки за даване ход на делото в днешното съдебно заседание

**О П Р Е Д Е Л И:**  
**ДАВА ХОД НА ДЕЛОТО**

ДОКЛАДВА заключението по съдебно-марковата експертиза, постъпило на 30.01.2026г. и справка-декларация от вещото лице, депозирана с молба от 02.02.2026г.

АДВОКАТ С.: Запозната съм със справка-декларацията на вещото лице.

АДВОКАТ М.: Запозната съм със справката.

СТРАНИТЕ /поотделно/: Да се изслуша заключението.

СЪДЪТ СЧЕМА самоличността на вещото лице:

В. А. П. – 69г., българин, български гражданин, неосъждан, без дела и родство със страните и заинтересованост от изхода на делото.

ПРЕДУПРЕДЕН за наказателната отговорност по чл. 291 от НК. Обеща да даде вярно заключение.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Представил съм писмено заключение, изготвено лично от мен в срок, което поддържам.

НА ВЪПРОСИ НА СЪДА вещото лице отговори: Степента на сходството между сравняваните стоки и услуги е висока. Елементът „by Postbank“ в процесната заявка може да бъде възприет като насочващ търговско наименование, т.е. при съвпадащи словни елементи този елемент, който е изписан, може да се направи привръзка с дружеството-жалбоподател.

АДВОКАТ С.: Релевантните потребители на финансови и комуникационни услуги ще възприемат ли знака на по-ранната марка „SmartPos“?

АДВОКАТ М.: Възразявам.

В залата се явява юрисконсулт П., с пълномощно по делото.

Съдът запозна процесуалния представител на ответника с извършените до момента процесуални действия.

АДВОКАТ С.: Във връзка със смисловото сходство по-ранната марка ще бъде ли възприета от потребителите като израз с конкретно значение?

АДВОКАТ М.: Възразявам.

АДВОКАТ С.: Това е въпрос, който е анализиран в експертизата и има две противоречиви изявления. На стр. 24 се казва, че потребителят не би извел конкретна смислова връзка, защото трябва да я анализира. На стр. 28 се казва точно обратното - независимо как са изписани думите „SmartPos“, слято или не, без особено затруднение ще се разбере от потребителите конкретното им смислово значение. Този въпрос е във връзка със смисловото сходство и отличителността на по-ранната марка.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Това са две различни неща. Тук се разпознава една марка, която има семантика и може да се схване от потребителя, но тя няма директно описателен характер, т.е. тя ще каже нещо на потребителя, но няма да бъде нито точен превод, нито това е известно някъде. Както ние казваме за нашите телефони „смарт телефони“ и „смарт апарати“, но това в никакъв случай не може да се каже, че е превод.

АДВОКАТ С.: Би ли било възприето като израз с конкретно значение?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Не, конкретно значение не бих казал, по скоро има асоциативен характер. Обясненията са на две места в различен контекст. Т.е. потребителят горе-долу без да го превежда „Smart“ му говори нещо като „умно устройство“, „телефон“ и т.н., „Pos“ му говори – пост терминал, но той всъщност не знае значението на съкращението на тези три букви и затова по-скоро има асоциативен характер, но това в никакъв случай не намалява отличителната способност на марката. Асоциативните марки също имат висока отличителна способност. Те могат да насочват потребителя към определени стоки и услуги, но в никакъв случай нямат буквален превод и не се и търси от потребителите. Смисловото им сходство е във висока степен, дори имаме и идентичност. Имаме пълно съвпадение на думите - в словната марка и в комбиниранията.

Тук има едно основно правило: когато една словна марка се съдържа изцяло в комбинираната марка, то няма как потребителят да не бъде объркан.

АДВОКАТ С.: В обжалвания акт Патентно ведомство приема, че по-ранната марка има минимална присъща отличителност, по-конкретно приема, че има много силна конотация между марката и услугите за които е регистрирана. Вие споделяте ли това заключение?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Това, което аз съм написал, е това, което споделям. Решението на Патентно ведомство не мога да коментирам.

АДВОКАТ С.: Асоциативните марки, съгласно насоките на С., с нормална степен на присъща отличителност ли са? Тъй като вещото лице се позовава многократно на насоките на С. и казва „марката е асоциативна, следователно има нормална степен на присъща отличителност“ на стр.24. Моят въпрос към вещото лице е: съгласно насоките на С. и методическите указания на Патентно ведомство има ли правило, че асоциативните марки са с нормална степен на присъща отличителност?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: За всеки конкретен случай този въпрос се изследва и моето заключение е, че в случая степента на отличителност е нормална.

АДВОКАТ С.: Във връзка с Въпрос №2 на жалбоподателя – аз отговор не виждам. На стр. 33 е написано само едно изречение по този въпрос.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Това е вече в заключението.

АДВОКАТ М.: Възраждавам.

АДВОКАТ С.: Питам къде е отговора на въпрос №2? Въпросът е допуснат от съда и вещото лице е следвало да отговори.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: При всички случаи, когато по-ранната марка е включена изцяло в състава на по-късната марка, е налице вероятност от объркване. Всяка търговска марка има обхват на закрила, определен от представянето ѝ, територията, на която е регистрирана и за стоките и услугите, за които е регистрирана. Отговорът на поставения въпрос е подробно даден на стр. 28 и стр.29. Тук има една подробност: ако за дадена марка се дефинира ниска степен на отличителност, то тя показва, че е преодолян един минимален праг на отличителност, за да бъде регистрирана. При всички случаи, щом марката е включена изцяло в състава на по-късната, е налице вероятност от объркване, т.е. тук имаме една регистрирана марка, независимо с какъв праг на отличителност е. Тя е регистрирана с административен акт. Каквото и праг на отличителност да има, щом е регистрирана - тя е регистрирана, следователно има отличителност.

ЮРИСКОНСУЛТ П.: Доста от марките, които подлежат на друго производство, запазват една част от своите стоки и услуги, защото вече са се наложили на пазара.

АДВОКАТ С.: По отношение на едно конкретно изявление във Вашето заключение казвате: „във всички случаи, когато атакуваната марка е включена изцяло в състава на по-късната, е налице вероятност от объркване...“ Това абсолютно, категорично и безусловно правило ли е?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: По-ранната словна марка. Прави се анализ, има 33 страници анализ. Няма случай директно да се отхвърля заявката. Това е съществено условие, за да има объркване и то много съществено условие. Оттам нататък се изследват стоки, услуги, сходство, степен на сходство, идентичност и т.н., но това е първото и много съществено условие. Винаги се прави конкретен анализ, както е направено и в случая.

АДВОКАТ С.: Във връзка с въпрос №4 наш въпрос - кои са отличителните елементи в атакуваната марка? На стр. от 20 под таблицата има изявление „елемент с най-голяма отличителност в заявената марка е „smart Pos“. Но аз доводи за това заключение не виждам.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Отличителният елемент съвпада.

АДВОКАТ С.: Защо това е отличителният елемент от марката? Какви са ви мотивите да

прецените, че именно „SmartPos“ са отличителните елементи в тази марка?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: По-нагоре над таблицата може да се види какво означава елемента „by Postbank“ – как е написан, как е направен и отгук идва извода – кое остава? Остава отличителния елемент „SmartPos“. Елементът „by Postbank“ не е отличителен елемент. Той е съпътстващ, указателен елемент, т.е. услугите на марката „SmartPos“ откъде идват - идват от „by Postbank“ и то го указват съвсем директно. Затова елементът „by Postbank“ не може да бъде отличителен, а е указателен.

АДВОКАТ С.: Атакуваната марка има 4 сходни елемента. Кой от тях не е смислово свързан със заявените стоки?

АДВОКАТ М.: Възраждам. Това е въпрос за изследване на всяка стока и услуга, така като е зададен. Този въпрос не е поставян на вещото лице.

АДВОКАТ С.: Във връзка с изявлението на вещото лице, че елементите „Smart“ и „Pos“ са асоциативни по отношение на заявените стоки и услуги, въпросът ми е кой елемент от атакуваната марка не е асоциативен по отношение на заявената стока?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Не е асоциативен „by Postbank“, защото той директно указва от къде идва услугата.

АДВОКАТ С.: На въпрос №6 относно сходството в знаците. На стр. 24 казвате, че „по-ранната марка „Pos“ се използва по необичаен начин като е слято с термина „Smart...“. Въпросът ми към вещото лице е: Този необичаен начин на изписване на по-ранната марка пресъздаден ли е в заявената марка? Могат ли елементите в атакуваната марка да създадат конкретен образ в съзнанието на потребителя?

АДВОКАТ М.: Това са подвеждащи въпроси и са съвсем различни от зададените на експертизата.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Не разбирам въпроса. По-ранната марка е словна марка.

АДВОКАТ С.: Елементите „Smart“ и „Pos“ в атакуваната марка биха ли могли да създадат конкретен образ в съзнанието на потребителите?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Това е без значение. Те са същите елементи, облечени във фигуративни знаци.

АДВОКАТ С.: Относно визуалното сходство на стр. 21 не виждам нито едно изречение, с което да коментирате визуалните разлики? Според Вас има ли визуални разлики?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: При анализа на сходство на марките се гледа винаги сходството, а не разликите. Разликите няма нужда да се изследват, защото потребителят не търси разлики. Той, за да направи съответно разграничение между отделни марки, се базира на сходството, и то това сходство, което е останало в главата му и в паметта му. Той няма пред себе си марката и няма как да ги анализира.

АДВОКАТ С.: На стр. 14 и стр.16 казвате, че е практика повечето банкови и финансови институции сами да разработват и произвеждат софтуер за предлаганите от тях услуги. Това твърдение на какви изводи се основава?

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: От общо културни познания.

АДВОКАТ С.: Нямам повече въпроси към вещото лице. Да се приеме заключението. Оспорваме го по същество. По отношение на възнаграждението на вещото лице ще взема отношение по-късно.

ЮРИСКОНСУЛТ П.: Нямам въпроси към вещото лице. Моля да бъде прието заключението на вещото лице.

АДВОКАТ М.: Имам само един въпрос. Мисля, че е техническа грешка. Когато сравнявате стоките и по-специално услугите от клас 36 покрити от оспорвана марка с тези покрити в клас 36 в по-ранната марка и по-конкретно: финансови сделки, финансови преводни транзакции,

електронен трансфер на средства чрез електронни комуникационни мрежи, онлайн платежни услуги, услуги за електронни пращания, разплащателни услуги за мобилни телефони, банкови услуги чрез мобилен телефон, банкови услуги онлайн достъпни чрез мобилно приложения за прехвърляне на друг носител, услуги по обслужване на кредитни карти, сходни или/и идентични ли са на услугите от клас 36, покрити от по-ранната марка и по-специално: финансови сделки, парични сделки, онлайн платежни услуги, издаване на кредитни карти. Те са сравнявани от вещото лице, но според мен са изпуснати когато са нанасяни, тъй като той се е постарал да ги направи в таблица. Те са сравнени и са сложени само към клас 36.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: Тези услуги са сходни във висока степен на услугите от клас 36.

АДВОКАТ М.: Нямам други въпроси. Моля да се приеме заключението на вещото лице.

АДВОКАТ С.: Ще оспорим заключението по същество. Моля при определяне на възнаграждението на вещото лица да вземете предвид, че на стр.28 от заключението е изложен текст, който буквално копира решаващият текст от мотивите на стр.14 и стр.15. на решението на ПВ. Възражявам срещу заявления в справка-декларация размер на възнаграждението на вещото лице. Считам, че при излагането на собствения анализ са използвани дословно части от решението, което се обжалва и от становището на заинтересованата страна.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ П.: В тази връзка уточнявам, че терминологиите са идентични и аз няма как да излезна от тях. Не съм съгласен с казаното, тъй като в решението на Патентно ведомство пише, че е ниска отличителността, а при мен изводът е друг. Ако има няколко елемента, които съвпадат – това е съвсем нормално.

СЪДЪТ като взе предвид възраженията на адвокат С. и становището на вещото лице

#### ОПРЕДЕЛИ:

ПРИЕМА заключението на вещото лице.

ОПРЕДЕЛЯ окончателен размер на възнаграждението за вещо лице от 732,48 евро /1432,60 лева/. ЗАДЪЛЖАВА жалбоподателя в 7-дневен срок от днес да представи доказателства за внесена по сметка на съда сума в размер на 323,45 евро, представляваща разликата над внесения депозит до определения окончателен размер на възнаграждението за вещо лице, след което ще бъде издаден РКО за тази сума.

Да се изплати на вещото лице възнаграждение в размер на 409,03 евро, съгласно първоначално определения и внесен депозит, за което се издаде РКО.

АДВОКАТ М.: Представям с превод на български език удостоверение за смърт от Министерство на здравеопазването, щата О., по разпореждане на съда във връзка с отлагането на предходното съдебно заседание.

СТРАНИТЕ /поотделно/: Нямаме други доказателствени искания.

СЪДЪТ, предвид изчерпване на доказателствените искания на страните и като намери делото за изяснено от фактическа страна

О П Р Е Д Е Л И:  
ДАВА ХОД ПО СЪЩЕСТВО

АДВОКАТ С.: Моля да постановеното решение, с което да отмените обжалваното решение на Патентно ведомство като неправилно и незаконосъобразно. Поддържаме, че административният орган неправилно е приел, че в случая е налице вероятност за объркване на потребителите, като не е взел предвид тежестта на поне три ключови фактора: Първият фактор е: изключително ниската присъща отличителност на по-ранната марка. По-ранната марка се състои от два елемента „Smart“ и „Pos“, които несъмнено ще бъдат разбрани от средния български потребител на финансови и телекомуникационни услуги. Словосъчетанието „Smart“ и „Pos“ незабавно се възприемат като буквално описателно значение „умно пост терминално устройство“. Именно с този довод Европейското ведомство е отказало регистрацията на по-ранната марка за стоки от клас 9, поради нейния описателен характер, като е приел, че Nexi Payments /Некси Пеймънтс/ не може да монополизира това словосъчетание по отношение на софтуер и устройства на разплащателни услуги. Считаю, че би било непропорционално и в противоречие с целта на закона да се приема, че опонентът може да противопостави своята марка и по отношение на тези стоки от клас 9, за които тя се явява изцяло описателна. Що се отнася до услугите от клас 36 и клас 38, за които марката е регистрирана, действително за нея трябва да е призната със закон определена степен на присъща отличителност. Но тази присъща отличителност действително е минимална. Както Патентно ведомство признава в своето решение между марката и услугата, за които е регистрирана, съществува достатъчно силна конотация, която значително снижава способността ѝ да функционира като указание за търговски произход. Следователно марката „SmartPos“ има минимална присъща отличителност и много ограничен обхват на закрила, а това съгласно практиката на СЕС означава, че минимални различия между марките са достатъчни, за да се изключи вероятност за объркване. По-ранната марка представлява една единствена дума, която може да притежава известна минимална отличителност, поради това, че е изписана слято, но това не означава че отделните компоненти на тази дума, взети сами по себе си, не са описателни и не могат да се използват от други оператори в комбинация с други допълнителни елементи. В практиката на С. трайно се приема, че въпреки, че една компания е свободна да избере една слабо отличителна марка и да я използва, то тя трябва да приеме, че нейните конкуренти също имат право да използват търговски марки със сходни или идентични описателни елементи. Вторият фактор: Патентното ведомство не е отчело неоспоримия факт, че потребителите на финансовите услуги проявяват висока степен на внимание, при което те

могат да забележат всеки детайл, както и по-малки различия между марките. Трети фактор: Поддържаме доводът, че атакуваната марка създава цялостно различно впечатление в сравнение с по-ранната марка. Принципно положение в марковото право е, че когато сравняваните знаци се покриват в слабо отличителни елементи, то оценката за вероятност от объркване следва да се фокусира върху несъвпадащите елементи. В случая елементът с най-висока отличителност в атакуваната марка безспорно е „by Postbank“, тъй като той е единственият, който не е описателен. Този елемент представлява ясен индикатор за произхода на услугите и изключва всякаква вероятност за объркване относно предприятието, което предоставя услугата. Марката се характеризира с различна дължина – 4 сходни елемента, различна композиция на словните елементи, характерно оформление и стилизация, което допринасят за нейното цялостно различно впечатление. Ако беше взело предвид всички тези фактори, Патентно ведомство нямаше да стигне до необоснования извода, че е налице вероятност за объркване. Относно заключението на вещото лице считам, че същото не следва да се кредитира. Не може да се приеме за компетентно и обективно експертно заключение, което съдържа огромни пасажи, копирани от становищата на насрещните страни. Моля да ми предоставите по-дълъг срок за писмени бележки. Моля да ми бъдат присъдени разноски по делото, за което представям списък на разноските, с копие за страните.

ЮРИСКОНСУЛТ П.: Моля да оставите без уважение жалбата като неоснователна и недоказана. Очевидно жалбоподателят не е отчел към момента фактът, че става въпрос за словна марка. По-ранната марка е словна и до момента не е говорено за това - във връзка с обхвата на закрила на словната марка, защо се регистрират словни марки и как е невъзможно да се сравняват несъвпадащи елементи при положение, че словната марка няма такива други елементи, с които да се сравнява. Ние сравняваме една словна марка и нея сравняваме с атакуваната. Всичко останало в случая губи своята предметност. Моля да ми предоставите по-дълъг срок за писмени бележки. Моля за присъждане на юрисконсултско възнаграждение. Правя възражение за прекомерност на адвокатския хонорар на жалбоподателя като изключително прекомерен, независимо че няма термин „прекомерност“. Считам, че то надхвърля необходимото, тъй като делото не се отличава с толкова висока правна сложност. Ние не бихме могли да балансираме по никакъв начин юрисконсултското възнаграждение с адвокатското възнаграждение, дори да приемем буквално, че ще спечелим делото, т.е. ние автоматично се превръщаме като държавен орган в платец

на адвокатски възнаграждения, които не са регулирани по никакъв начин. Ние не сме участници в търговски оборот и независимо от степента на важност на настоящото дело, то със сигурност не е измеримо в този размер. Считам, че адвокатското възнаграждение не отговоря на броя на съдебните заседания, не отговаря на фактическата и правна сложност на делото, както и че административният орган не би следвало да заплаща толкова високи адвокатски възнаграждения по дела, които действително не са сложни.

АДВОКАТ М.: Моля да оставите жалбата без уважение и да потвърдите решението на председателя на Патентно ведомство като правилно и законосъобразно. На първо място: във връзка с повдигнатите от жалбоподателя аргументи в днешното съдебно заседание искам да обърна внимание, че тук по-ранната марка се включва изцяло в по-късната. Тук не става дума за припокриване на елементи от марки, а марка изцяло се включва в по-късна марка. Ако е имал претенции по отношение на отличителността на тази марка, то жалбоподателят е следвало да инициира пред Патентно ведомство процедура по заличаването на марката, за която счита, че е описателна по отношение на услугите, за които тя се ползва със закрила. На второ място: обръщам внимание относно твърденията на жалбоподателя, че марката е била описателна, то аз не разбирам защо той търси закрила за този знак? Самият факт, че той търси с определение „by Postbank“, т.е. той счита на първо място, че това е отличителен елемент и второ той също иска да каже, че е представена от него услуга, която е представена и от представляваното от мен дружество. По отношение на термина „by Postbank“ - това е второстепенен както смислово, така и визуално елемент. В тази връзка, съобразно представената европейска практика, фактът, че е представено търговското наименование на маркопритежателя с приставката „by“, това по никакъв начин не се явява отличителен или доминиращ елемент, който допринася достатъчно, за да бъде отличена марката от спорната, която е идентична. По отношение на сходството между стоките и услугите – то беше установено както от Патентно ведомство, така и от вещото лице. Тук става дума за услуга, която се използва от всеки потребител, когато тегли пари. По отношение на твърденията на жалбоподателя – по никакъв начин българският потребител няма да каже „аз отивам да изтегля пари от умното устройство пост терминал“. Това е асоциативна марка. Считам, че към всички релевантни фактори, установени с административното решение, както и заключението на вещото лица, е налице сходство между стоките и услугите, сходство между знаците, изцяло включена марка и вероятност от объркване. Моля да отхвърлите жалбата и да потвърдите решението на Патентно ведомство.

Представям списък на разноските, с копие за страните. Моля да бъдат присъдени разноските по делото. Моля да ми предоставите срок за писмени бележки.

СЪДЪТ ОБЯВИ, ЧЕ ЩЕ СЕ ПРОИЗНЕСЕ С РЕШЕНИЕ.

ДАВА ВЪЗМОЖНОСТ на страните за писмени бележки в 14-дневен срок от днес.

*Протоколът е изготвен в съдебно заседание, което приключи в 13,55 часа.*

СЪДИЯ:

СЕКРЕТАР: