

РЕШЕНИЕ

№ 41143

гр. София, 09.12.2025 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 41 състав, в публично заседание на 27.11.2025 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Луиза Христова

при участието на секретаря Мариана Велева, като разгледа дело номер **7235** по описа за **2025** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.145 и сл. от АПК. Образувано е по жалба на „Елви“ ООД със седалище в [населено място], общ. Г., чрез адв. Р., срещу решение № РС-66 от 28.04.2025г. на председателя на Патентно ведомство, с което е заличена частично регистрацията на марка с рег. № 75162 TERTER, словна, за стоките „мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал“ от клас 29 на МКСУ.

Жалбоподателят посочва, че процесното решение е материално незаконосъобразно. При оценка на фонетичното сходство председателят на ПВ не е взел предвид броя и последователността на сричките, общия ритъм и интонация и ударение в наименованието на марките. В този смисъл при по-ранната марка има 3 срички и различно ударение от атакуваната марка. Не е взето предвид още, че съществуващата смислова разлика между марките неутрализира визуалното и фонетично сходство. В случая атакуваната марка се свързва с името на български владетел и на село в Североизточна България, което изключва възможността от объркване на българския потребител. Двете марки създават различно общо впечатление. Оспорват се твърденията за повишена отличителност на по-ранната марка на българския пазар. Не е налице и идентичност на стоките, доколкото в по-ранната марка те са формуирани като всички хранителни продукти, без изброяване. С оглед горното жалбоподателят прави извод, че не е налице вероятност от объркване на потребителите, които проявяват засилено внимание при избора на процесните стоки. Марките предизвикват различни представи в съзнанието им, няма връзка между знаците на марките и е налице ясна смислова разлика в значението им. Поради това

се моли съда да отмени процесното решение. Претендират се разноски. Допълнително в молба от 13.08.2025г. се излагат твърдения за отчетлива разлика при произнасянето на гласните А и Е, както и за съществената смислова разлика между двете марки, която осведоменият и наблюдателен потребител лесно разпознава. Освен това марката TARTARE е с ниска отличителност на българския пазар предвид малките продажби на стоки – 20 фактури за 5 години. Възражава се срещу сравняване на релевантните потребители на двете марки, тъй като едната е марка на ЕС. В случая релевантните потребители са само тези на българския пазар, за които името Т. е ясно и категорично разпознаваемо. В молба от 20.11.2025г. прави искане за спиране на производството по делото поради висящо производство пред ПВ по негово искане за отмяна на действието на територията на РБългария на международна регистрация на марка с № 301130 TARTARE. В осз моли да се отмени процесното решение по съображения, подробно изложени в писмени бележки.

Ответникът - председателя на Патентно ведомство, редовно уведомен, в становище от 11.07.2025г. оспорва жалбата. Твърди, че принципът на неутрализация на смисловото значение спрямо визуалното и фонетично сходство между марките, възприет в практиката на С., не е задължителен за българските патентни органи. В методическите указания на председателя на ПВ е възприето, че смисловата разлика между сравняваните марки може да намали, но не и да изключи вероятността от объркване на потребителите. Посочва се, че е налице идентичност на стоките, тъй като тези, за които е регистрирана атакуваната марка, влизат в класа на тези, за които е регистрирана по-ранната марка. Оспорва се и твърдението за смислова разлика, тъй като за потребителите на млечни продукти асоциацията със „сос Т.“ е по-вероятна от асоциацията с българска владетелска династия. Поради това същите могат да свържат по-ранната марка с процесната поради визуалното и фонетично сходство между тях. Поради това се моли съда да отхвърли жалбата. Претендира се юрисконсултско възнаграждение. Прави се възражение за прекомерност. В осз поддържа искането на жалбоподателя за спиране на производството. Моли жалбата да бъде отхвърлена по съображения, подробно изложени в писмена защита.

Заинтересованата страна - S. SA, Франция, редовно уведомена, чрез адв. М. оспорва жалбата. В отговор от 30.07.2025г. посочва, че е налице фонетично сходство между марките, тъй като последователността от съгласните звуци е идентична, а гласните са две широки и отворени, при които разликата в артикулацията не е особено отчетлива. Освен това се дублира една и съща сричка – Т. и Тер. Налице е и пълно визуално сходство между марките. Твърди се, че липсва ясна смислова разлика между марките. Знакът TARTARE е със смисъл на млечен сос и по-ранната марка има действие в България, независимо от международната ѝ регистрация. Знакът TERTER не може да се свърже категорично с българска владетелска династия, тъй като династията на Тертерите не е популярна, нито добре известна на масовия потребител. Историята ѝ не е част от учебната програма в българските училища, като същата се споменава епизодично в секциите посветени на Ц. И. и на татарската хегемония. Знание за тази династия не може да се извлече и от имената на улици в С. и П. и името на село в Североизточна България, тъй като потребителите не винаги знаят с какво е известно лицето, на чието име е кръстена съответната улица, а селото в Р. област е твърде малко – 238 души, че да се свърже с определена концепция. Освен това TERTER е изписано на латиница, което още повече отдалечава потребителите от връзката с българска владетелска династия. Налице е и идентичност на стоките като характера им на хранителни продукти за масова употреба не предизвиква нито абстрактни представи, нито исторически асоциации. Относно отличителността на марката TARTARE, същата е нормална и присъща на смисъла ѝ на хранителен продукт. Става въпрос за бързооборотна стока за консумация, която се закупува интензивно, регулярно, и степента на внимание на средния потребител към тази стока

клони към ниска. Освен това марката TARTARE се използва интензивно в България във връзка с млечни произведения и особено деликатесно сирене. Поради това същата е придобила висока степен на отличителност поради използване и е разпознаваема за крайните потребители. С оглед горното се прави извод за висока степен на вероятност от объркване на потребителите, които могат да помислят, че дадена стока с марка TERTER произхожда от притежателя на марка TARTARE. Моли се съда да отхвърли жалбата. Претендират се разноски. Допълнително в становище от 04.09.2025г. се обосновава близкото звучене на гласните звуци А и Е, като недостатъчно да обоснова фонетична разлика между знаците на сравняваните марки, както и оспорва, че релевантният кръг потребители незабавно ще разбере смисъла на значението на двете думи, изписани на латиница. В осз възразява срещу искането за спиране на производството, като счита същото за злоупотреба с право, и моли да се отхвърли жалбата по съображения, подробно изложени в писмени бележки.

Административният съд С. – град, II Отделение, 41 – ви състав, обсъди събраните по делото доказателства във връзка с доводите на страните и приема за установено следното от фактическа страна:

Видно от свидетелско за регистрация на л. 302 на марка TERTER, словна, същата е регистрирана под номер 75162 от 15.09.2010г. с притежател – „Фикосота Синтез“ ООД, за стоки от клас 16 и клас 29 на МКСУ, вкл. мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал. Марката е заявена на 27.05.2010г. и регистрирана на 15.09.2010г. На 17.12.2015г. в Държавния регистър на марките е вписана промяна в наименованието на притежателя на марката, а именно „Фикосота“ ООД. На 09.02.2017г. е подадено заявление от „Елви“ ООД за вписване на прехвърляне на марката въз основа на договор за продажба на марката от 27.01.2017г. с „Фикосота“ ООД. Прехвърлянето е вписано в регистъра на 14.02.2017г.

С вх. № 1310088 от 15.09.2015г. S. SA, Франция е подало искане за частично заличаване на регистрацията на марката за част от услугите от клас 29, а именно „мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал“. В мотивите към искането на л. 230-234 като основание за заличаването са посочени идентичност или сходство с по-ранна марка с международна регистрация № 301130, словна, с действие и за България от 01.10.1990г., регистрирана на 06.08.1965г. със срок на действие до 06.08.2025г. за всички храни в клас 29. Към момента марката е подновена в международния регистър, вкл. и за България с действие до 06.08.2035г. Твърди се идентичност на стоките на двете марки, които поради визуално и фонетично сходство и ниска степен на внимание на релевантните потребители, водят до вероятност за тяхното объркване, която включва възможност за свързване с по-ранната марка и може да въведе в заблуждение потребителите относно търговския произход на стоките, за които атакуваната марка е регистрирана. Към искането са приложени 20бр. фактури, издадени в периода 07.08.2007г. – 31.01.2012г., за продажба на TARTARE сирене специално – П. и Италия, на двама търговци в [населено място], съответно – на „Еврофуудс“ ООД – 2730бр. опаковки от всеки вид, и на „Универсал Милк“ ООД – 1974бр. от всеки вид.

До жалбоподателя е изпратено уведомление за подаденото искане, в отговор на което е подадено искане от „Фикосота“ ООД от 21.01.2016г. за спиране на производството, тъй като от същото дружество на 17.12.2015г. е подадено искане за отменяне действието на противопоставената международна регистрация на марка TARTARE на основание чл. 25, ал.1, т.1 от ЗМГО. На това основание с решение №7 от 14.01.2016г. на председателя на ПВ е спряно производството по искане с вх. № 1310088 от 15.09.2015г. за заличаване на регистрацията на марка TERTER до

влизане в сила на решението по искането за отменяне действието на по-ранната марка. С решение № 218 от 25.06.2020г. производството е възобновено, тъй като е влязло в сила решение № 49 от 08.03.2018г. на председателя на ПВ, с което частично е отменено действието на по-ранната марка № 301130 за стоките от класове 05, 30 и 31 и е отхвърлено искането за отмяна за стоките от клас 29 на МКСУ. С решение № 251 от 07.08.2020г. на председателя на ПВ производството е спряно повторно, тъй като от „Елви“ ООД на 23.07.2020г. е подадено искане за отменяне действието на противопоставената международна регистрация на марка TARTARE на основание чл. 25, ал.1, т.1 от ЗМГО. Производството е възобновено с решение № РС-274 от 10.09.2021г., тъй като е влязло в сила решение № РС-149 от 10.05.2021г. на председателя на ПВ, с което е отхвърлено искането за отмяна на международната регистрация на по-ранната марка за стоките от клас 29 на МКСУ.

Междувременно на 18.08.2020г. от „Елви“ ООД е постъпило възражение срещу искането за частично заличаване на марка TERTER за някои стоки от клас 29. В него се посочва, че визуалното сходство между марките е от средна степен, а фонетичното – под средна степен. Освен това между марките съществува концептуална разлика, тъй като TERTER се свързва с българска царска династия от второто българско царство, чието управление се изучава в часовете по история в училище, като информация за него се съдържа и в множество печатни и електронни издания. TARTARE също има ясен смисъл на вид студен сос, вид стек и вид тарт. В случая марката се използва в България за продажба на сирене във форма на малки тортички, т.е. марката е описателна по отношение на формата на стоката и има ниска присъща отличителност. Придобита отличителност не се доказва с оглед минималното количество продажби на сирене на български пазар – 20бр. фактури за 5 год. Посочва се още, че вниманието на средния потребител е засилено към този вид стоки, защото на пазара се продава голямо разнообразие от млечни продукти от различни производители с различна разфасовка, масленост, суровина, вид, географски произход и цена. Поради това потребителите развиват лоялност към определени марки, които отговарят на вкуса им и ги търсят внимателно. Освен това към млечните продукти се проявява внимание с оглед особеностите на отделния потребител – възраст, здравословно състояние, диета, алергии, съдържание и т.н. От значение е и тенденцията към закупуване на стоки от тази категория българско производство. Следователно потребителите не биха могли да се объркат при покупката на тези стоки. Към искането са приложени разпечатки от уикипедия за думата тертер и тертеровци, публикации в сайта А..com за Г. I Т., електронно списание Българка за царуването на Т. С. от същата династия, сайта К. VulMar относно цар Г. I Т. и цар Г. II Т., сайта chitatel.net за цар С. Т., сайта didanov.blog.bg за Г. Т. от 27.08.2018г., сайта chitanka.info за С. баща Г. Т., сайта helicon.bg за книги от средновековна история на България, сред които „Ц. Т. С. от рода Т.“, разпечатка от търсене в Г. за тертер от 05.08.2020г., извадка от кулинарен речник за сос тартар, разпечатка от търсене в гугъл за сос тартар, рецепти за този сос, меню в ресторант, което предлага стек тартар и рецепти за такъв стек, разпечатка от сайта supermag.bg, който съдържа описание и снимки на продуктите прясно сирене TARTARE – Италия и П. – опаковка с 15бр. малки хапки.

По възражението е постъпило становище от 22.10.2021г. от S. SA, Франция, в което се посочва, че думите TARTARE и TERTER относително дълги и разликите в средата на думите не се забелязват от масовия потребител. Освен това TARTARE може да се произнесе на френски без гласната „е“ на края на думата, с което думата става от две срички тар-тар. По този начин тя е фонетично сходна с тер-тер, като разликата в гласните А и Е не е особено отчетлива. Оспорва се и смисловата разлика между думите, която не се установява от приложените от жалбоподателя специализирани издания, които масовият потребител не чете. Той няма и задълбочени познания в историята, тъй като историята на Тертерите не се преподава в българските училища. Освен това

марката е изписана на латински и не може да се приеме като препратка към български цар. TARTARE от своя страна не се свързва с твърдените от жалбоподателя ястия – сос, стек и тарт, които са традиционни за френската, а не за българската кухня, и масовият потребител не ги разпознава. Напротив, тази марка се разпознава за деликатесни сирена. Конфликтните стоки са хранителни продукти, които се свързват с обичайно потребителско поведение на ежедневно купуване на такива стоки. Поради това съществува вероятност от объркване на потребителите. Към становището е приложена учебна програма по история и цивилизация за VI и X клас и решение на опозиционен състав на С. от 28.06.2019г., в което е прието, че марките TARTARE и TERTER са визуално и звуково, но не и концептуално сходни, като нивото на внимание към стоките е ниско. Поради това съществува вероятност от объркване на потребителите.

С решение № РС-331 от 05.11.2021г. на председателя на ПВ отново е спряно производството, тъй като на 20.10.2021г. от „Дарисим“ ЕООД е подадено искане за отменяне действието на противопоставената международна регистрация на марка TARTARE на основание чл. 35, ал.1, т.1 от ЗМГО. С решение № РС-172 от 27.10.2023г. на председателя на ПВ искането на „Дарисим“ ЕООД е оставено без уважение. Производството е възобновено с решение № РС-74 от 22.03.2024г. на председателя на ПВ.

На 23.04.2024г. е постъпило ново становище от „Елви“ ООД, в което се посочва, че решение на опозиционен състав на С. от 28.06.2019г. е неотнормо, тъй като касае различна фактическа обстановка – фантазийни думи, и се отнася до потребители в целия ЕС, а не само в България. Поддържа, че думите TARTARE и TERTER са средно дълги; че управлението на династията Т. се изучава в училище, както и в приложението „Уча се“, одобрено от МОН; че сос тартар се предлага масово на българския пазар от различни фирми в различни опаковки; че делът на сирене TARTARE на българския пазар е минимален. Към становището са описани приложения, но същите са действително приложени към делото едва с молба от 21.08.2025г. на жалбоподателя. Те представляват страници от учебник по история и цивилизация за 6-ти клас – урок 28, за 10 –ти клас – урок 19, страница от платформата „Уча се“ с тест, включващ управлението на династията Т., извадки от Интернет относно улици и селище с името Т.. Самият тест в „Уча се“ е приложен на л. 393 по делото.

На 31.05.2024г. е постъпил отговор на становището от S. SA, Франция, в което се посочва, че цитираното решение на опозиционния състав на С. е относимо, като с него се сравняват същите думи и се приема, че визуалните и фонетични прилики между знаците надделяват над разликите. Същите нямат ясни и очевидни значения за масовия потребител, поради което той може да се обърка относно техния произход.

За разглеждане на искането със заповед № 3-237 от 14.04.2025г. е назначен състав, който е изготвил становище за уважаване на искането за частично заличаване на регистрацията на процесната марка за стоките „мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал“ от клас 29 на МКСУ на основание чл. 36, ал.3, т.1 във връзка с чл. 12, ал.1, т.2 от ЗМГО. Въз основа на цитираното становище е издадено процесното решение, в което е прието искането е прието за основателно, защото процесната марка е визуално, фонетично и смислово сходна с по-ранната и има вероятност от объркване на потребителите. Тъй като по-ранната марка е регистрирана за всички хранителни продукти от клас 29, стоките на процесната марка са включени в тях, следователно са идентични. Прието е, че по-ранната марка е с ниска степен на отличителност, за разлика от атакуваната марка, която не указва директно нито една от атакуваните стоки. В края на решението е прието

точно обратното – че по-ранната марка има висока отличителност с оглед използването ѝ. Фонетично знаците са сходни в средна степен с оглед припокриването на четирите съгласни, две от които са разположени една до друга в средата на думите. Визуално също е намерено сходство от средна степен. Семантично е прието, че липсва сходство, тъй като атакуваният знак се разпознава като името на българска владетелска династия и село в Североизточна България, а по-ранната марка се свързва с името на студен сос и вид ястие от сурово кълцано месо. Като релевантни потребители са приети добре информирани, достатъчно наблюдателни и съобразителни при вземането на решение потребители. Въпреки предназначението на продуктите от клас 29 за ежедневна употреба, те могат да бъдат обект на по-задълбочено проучване и информиран избор, тъй като потребителите очакват от тях специфичен набор от желани и търсени качества и свойства. При съобразяване на принципа на взаимовръзка между релевантните фактори и въпреки смисловото различие между марките, е прието, че съществува вероятност тези потребители да се объркат. Предвид горното за посочените стоки регистрацията на оспорената марка е заличена. Решението е получено от жалбоподателя на 29.04.2025г., а жалбата срещу него е подадена на 27.06.2025г.

По делото е изслушано заключение на СМЕ, според което към датата на регистрацията на марка № 301130 TARTARE е действала Първа редакция на Ницската класификация, при която в клас 29 от атакуваните от ЗС стоки се включват само „мляко и др.млечни продукти, вкл. напитки на млечна основа, хранителни масла и мазнини“. Стоките „мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал“, за които е поискано заличаване на регистрирана марка № 75162, са идентични на обобщената категория „мляко и др.млечни продукти, вкл. напитки на млечна основа, хранителни масла и мазнини“. Според вещото лице е налице визуално сходство от средна до висока степен с оглед сходната дължина на думите – 6 и 7 букви и еднаквото местоположение на буквите T – RT – R. Фонетичното сходство е от средна степен с оглед броя на сричките, повторението на една сричка – T. или Ter, като съгласните съвпадат. Броят на сричките определя дължината и ритъма на звучене при произнасяне на думите, като в случая ритмичната структура е еднаква. Двата гласни звука A и E, поставени между идентични съгласни също създава много сходно фонетично звучене. Относно смисловото значение, вещото лице приема, че марките са различни. Думата TARTARE е навлязла от френския език и се използва в кулинарията в смисъла на сос тартар или стек тартар, които се правят по установена рецепта. Според Българския тълковен речник думата тартар има значение в древногръцката митология като дълбока бездна в подземния свят, подземно царство на мъртвите. Думата TERTER има значение на име на български владетели от династията T., както и на село в област P.. Когато единият от сравняваните знаци има ясно значение, което веднага може да бъде разбрано от потребителя, а другият знак няма смисъл или смисълът му е различен, съществуващата концептуална разлика може да неутрализира визуалното и фонетично сходство, стига то да не е във висока степен. Според вещото лице марките, разгледани в цялост, са сходни. Относно отличителността на по-ранната марка вещото лице отбелязва, че по-голямата отличителност увеличава вероятността от объркване, а по-ниската степен на отличителност е по-малък индикатор за произхода на стоките. За установяване на присъщата отличителност на марката следва да се анализира дали марката е описателна, каква връзка има между елементите в марката и вида на стоките, какви са

различните езикови и културни особености в даден географски регион, дали марката е отличителна за всички стоки, за които е регистрирана. В конкретния случай предвид значението на думата TARTARE, марката е описателна по отношение на стоки сосове и готови ястия от месо. За останалите стоки от клас 29, марката има нормална степен на присъща отличителност. Относно релевантния кръг потребители, вещото лице приема, че това са български граждани, които купуват ежедневно такива стоки и вниманието при избора им е ниско. Дори да направи разлика между марките, потребителят може да приеме, че означените с тях стоки са от едно и също или от икономически свързани предприятия. Поради това вещото лице смята, че съществува вероятност от объркване на потребителите на тези стоки.

При така изложената фактическа обстановка, съдът достигна до следните правни изводи:

Жалбата е процесуално допустима като подадена в законноустановения срок срещу подлежащ на оспорване административен акт от неговия адресат. Разгледана по същество, същата е основателна по съображенията, изложени по-долу.

Във връзка със задължението на съда на основание чл. 168 ал. 1 от АПК да направи пълна проверка за законосъобразност на оспорения административен акт на основанията по чл. 146 от АПК, настоящият състав установи, че той е издаден от компетентен орган. Оспореното решение е издадено в изискуемата от закона форма, при правилното приложение на материално правните разпоредби по съображенията изложени по - долу.

Съгласно чл. 36, ал.3, т.1 от ЗМГО регистрацията на марка се заличава когато марката е регистрирана в нарушение на чл. 12. Съгласно чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО когато е подадена опозиция съгласно чл. 52, не се регистрира марка 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. От приложените по делото доказателства, както и от изслушаното заключение на вещото лице се установи идентичност на стоките и услугите от клас 29 на МКСУ, за които двете марки са регистрирани според действащата класификация на стоките към момента на регистрацията им. Това, че по-ранната марка е регистрирана според класификация, в която стоките са описани по-общо, не променя този извод, защото стоките „мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал“, за които е регистрирана марката на жалбоподателя, попадат в общата категория „мляко и др.млечни продукти, вкл. напитки на млечна основа, хранителни масла и мазнини“. И в двата случая става въпрос за продукти с една изходна суровина, като подробното им описание според действащата към момента класификация на стоките е с оглед различното състояние, обработка и показатели на тази суровина, но не е базирано на същностни различия. Относно сходството между стоките съдът споделя приетото от ответника и потвърдено от заключението на вещото лице визуално сходство от средна до висока степен и фонетично сходство от средна степен. Приблизително еднаквата дължина на думите и еднаквите съгласни и гласни букви, които са употребени в тях, водят до извод че визуално разликата е само в подредбата на буквите. Тази разлика не е достатъчна, за да обоснове липса или малко визуално сходство. Още повече, че потребителите не анализират марката в детайли, особено когато тя няма отличителни

или доминиращи елементи, както е в случая. Изключение правят само потребителите, които имат опит с подобно визуално сходство на стоки със съвсем различен произход, който опит е получен след потребяване на съответната стока и констатиране на заблуждаващия характер на визията на марките. Такива измамно заблуждаващи стоки и услуги се предлагат масово на българския пазар като разликата от една буква обичайно не се забелязва при покупката, а произходът се установява едва при консумацията и често води до рекламации и връщане на стоки. Налице е фонетичното сходство от средна степен между марките, доколкото ритъмът на звучене и ударенията, разгледани заедно, създават сравнително сходно акустично звучене на марките. Съдът напълно споделя и изводът на ответника и вещото лице за липса на смислово сходство между марките. Думата TARTARE се свързва с продукти от кулинарията, а думата TERTER - с династия български владетели. Неправилно обаче ответникът е възприел, че смисловото различие не е достатъчно да преодолее визуалното и фонетично сходство между марките. Вярно е, че практиката на С. не е задължителна за административния орган, поради което винаги следва да се преценява дали смисловата разлика между сравняваните марки може да доведе до вероятност от объркване на потребителите или не може. За целта от съществено значение е да се прецени дали значението на думите може да бъде разбрано незабавно и еднозначно от значителна част от релевантните потребители. Поради това следва да се разгледа релевантният кръг потребители на стоките с двете марки поотделно.

Кръгът на потребители на марката TERTER е купувачи на едро и дребно в България, тъй като марката на жалбоподателя няма международна регистрация. Това са хора, които разполагат с някакви финансови средства, каквито учениците от 6-ти и 10-ти клас не са. В общия случай тези ученици не работят, нямат собствени приходи, получават такива от лицата, които ги издържат, и не взимат решения относно закупуването на основни хранителни продукти за семейството. Поради това дали сред учениците е известна династията български владетели Т. е ирелевантен за делото въпрос, тъй като те не са сред значителната част от релевантните потребители. Страните са приложили учебни програми и извадки от учебници по история без означение на годината на приемане или издаване, респ. колко поколения български граждани са обучавани по тях. Поради това съдът съобразява, че според данни от НСИ (<https://www.nsi.bg/statistical-data/206/650>) към 1 януари 2025 г. населението на България, разпределено по възрастови групи, включва **12.9%** деца (0-14 г.), **61.9%** в трудоспособна възраст (15-64 г.) и **25.2%** над трудоспособна възраст (65+ г.). Като се извадят учениците от лицата между 15-64год., тъй като съдът не ги идентифицира като значителна част от потребителите на процесните стоки, повече от половината от населението в България не е засегнато от посочените учебни помагала и не ги познава. Става въпрос за възрастно население, обучавано по други програми и учебници, на което, когато прочете думата Т., му става незабавно и еднозначно ясно какъв е смисълът ѝ – име на династия владетели. Доказателства за това е, че в знак на признание и уважение към историята, едно населено място и улици в много градове носят това име. Освен [населено място] в [община], област Р., с такова име има улици в С., К., С., Р. и др. (справка в Г. мапс). Следователно за българските граждани, релевантни потребители на процесните стоки, значението на тази дума е недвусмислено и то не се променя от това дали думата е изписана на латиница или на кирилица. Още повече, че наименованието на населените места и улиците в по-големите градове се изписва и на двете азбуки. В този смисъл е

основателно възражението на жалбоподателя, че представеното от ЗС решение на опозиционен състав на С. от 28.06.2019г. е постановено при различна фактическа обстановка, тъй като касае друг кръг релевантни потребители – тези от ЕС. В случая атакуваната марка не е с международна регистрация и няма такъв кръг потребители. Поради различните културни особености в България, релевантният кръг потребители, произхождащ от тази държава, има различно възприятие за значението на марката. Следователно значителната част от релевантните потребители на стоките, обозначени с марката TERTER, са възрастни български граждани, които редовно пазаруват основни хранителни продукти за себе си или за домакинството си. При това пазаруване те неминуемо се сблъскват с едни и същи млечни продукти на различни производители, предлагани често на едни и същи щандове в смесените магазини (за разлика от фирмените такива). За да направят избор кой от тези продукти да изберат, потребителите се ръководят от множество фактори: цена, качество, вкус, произход, опаковка, отличителност, присъствие на трапезата, и т.н. Цената има съществено значение предвид размера на средната работна заплата за страната. Поради това средният потребител прави балансиран избор между цената на посочените продукти – от една страна, и другите фактори, което означава, че проявява повишено внимание, наблюдателност и приоритизиране при покупката на тези стоки.

Кръгът на потребители на марката TARTARE е купувачи на едро и дребно в целия ЕС. Те еднозначно и ясно възприемат значението на думата Т. – кулинарно ястие, т.е. продукт за храна – сос или ястие от сурово месо или риба (решение на опозиционен състав на С. от 28.06.2019г.). Доколкото обаче в кулинарията продуктите за храна, означени с това име, не произхождат от българската кухня, релевантният кръг потребители в България не винаги познава съдържанието, рецептурата и начина на приготвяне на тези ястия. Поради това същият не може да се ръководи от същите фактори, от които се ръководи при избора на основни хранителни продукти – виж потребителската кошница към началото на 2025г. (https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/metadata/CPIBasket_2025-BG_pr.pdf). Тук следва да се отбележи, че от представените от ЗС фактури става ясно, че в България с по-ранната марка се продават деликатесни сирена – Италия и П., чието търговско изображение се намира на л.181. Деликатесни сирена, като част от други видове сирена, се съдържат в потребителската кошница на НСИ с код 01.1.4.5.20 и с парични разходи за тях за предходната година от 141 504лв. За разлика от тях разходите за саламурени сирена са близо 7 пъти по-големи. Този факт, съчетан с обемите на продажбите на процесните деликатесни сирена в посочените фактури, води до еднозначен извод, че не са особено познати и търсени на българския пазар. Освен това същите се предлагат като микс от малки тартове, на цени над средните за 100гр. Тези фактори обуславят извод, че стоките, обозначени с по-ранната марка имат ниска степен на отличителност сред потребителите в България и не се купуват регулярно, освен на промоция.

При така очертанния кръг потребители на стоките, означени с двете марки, и ясната и еднозначна смислова разлика в значението на думите на марките, съдът намира, че няма особена вероятност от объркване на потребителите. Това е така, защото става въпрос за думи с различно значение, което се разбира недвусмислено от значителната част от релевантните потребители при ниска отличителност на по-ранната марка. При тези обстоятелства концептуалната разлика действително преодолява средното към високо визуално и средното фонетично сходство между знаците на марките. В този

смисъл съдът не кредитира заключението на вещото лице, което не прави разграничение между релевантния кръг потребители на стоките, обозначени с двете марки и съдържа необоснован извод за нормалната степен на присъща отличителност на по-ранната марка.

Неоснователно е искането на жалбоподателя за спиране на производството по делото поради висящо административно производство с преюдициален характер. Доколкото съдът приема, че между сравняваните марки има съществена концептуална разлика, която не води до необходимост от частично заличаване на регистрацията на марка с рег. № 75162 TERTER, отмяната на действието на по-ранната марка – TARTARE, би довела до същия резултат.

С оглед на изложеното, съдът намира, че процесната марка с рег. № 75162 TERTER, словна, за стоките „мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал“ от клас 29 на МКСУ не е сходна с по-ранна марка № 301130 TARTARE, словна, и няма вероятност потребителите да се объркат при покупката на посочените стоки нито пряко, нито непряко. Поради това процесното решение, издадено на основание чл. 76, ал.7, т.2 от ЗМГО, следва да се отмени като незаконосъобразно, а жалбата – да се уважи като основателна.

Във връзка с изхода на спора съдът намира, че на жалбоподателя се дължат разноси за адвокатско възнаграждение, платено по банков път съгласно платежно нареждане на л.459, 50лв. държавна такса и 500лв. възнаграждение на вещо лице. Основателно е възражението на ответника за прекомерност на адвокатския хонорар в размер на 2500лв., доколкото делото е разгледано в 3 осз, без събиране на допълнителни доказателства извън тези в административната преписка и при изслушване на една единична експертиза. Поради това същото се отличава със средна фактическа и правна сложност, за което адвокатското възнаграждение следва да бъде намалено до 1750лв. Воден от горното и на основание чл. 172 ал. 2 и чл. 143, ал.1 от АПК, съдът

РЕШИ:

ОТМЕНЯ по жалбата на „Елви“ ООД решение № РС-66 от 28.04.2025г. на председателя на Патентно ведомство, с което е заличена частично регистрацията на марка с рег. № 75162 TERTER, словна, за стоките „мляко и млечни произведения, хранителни масла и мазнини, бита сметана, извара, кисело мляко, масло, млечни напитки, млечни продукти, сметана, суроватка, сирене, кашкавал“ от клас 29 на МКСУ.

ОСЪЖДА Патентно ведомство да заплати на „Елви“ ООД сума в размер на 2300 лева разноси за тази инстанция.

ОСТАВЯ БЕЗ УВАЖЕНИЕ искането на „Елви“ ООД за спиране на производството по делото, формулирано в молба от 20.11.2025г.

РЕШЕНИЕТО подлежи на обжалване с касационна жалба в 14 дневен срок от съобщението му чрез Административен съд София – град пред Върховния административен съд. Преписи.

СЪДИЯ:

