

РЕШЕНИЕ

№ 6507

гр. София, 09.11.2021 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 72 състав,
в публично заседание на 20.10.2021 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Ева Пелова

при участието на секретаря Зорница Димитрова, като разгледа дело номер **2795** по описа за **2021** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 и сл. от Административнопроцесуалния кодекс / АПК /, вр. чл. 84, ал. 1 от Закона за марките и географските означения /ЗМГО/.

Образувано по е жалба на „Н. А.И.С.Б.Л.“ – Кралство Б. и „Н. К. И.“ - Г. К. срещу решение № РС-9/1//06.01.2021г., издадено от председателя на Патентно ведомство на Република България, с което на основание чл.76, ал.7, т.1 от МЗГО е оставено без уважение искането на „Н. А.И.С.Б.Л.“ за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 104228 – N пехо, комбинирана, с притежател „Н. К. И.“, за услугите: “услуги за оценяване, свързани с недвижими имоти“ от клас 36 на МКСУ; и на основание чл.76, ал.7, т.2 от ЗМГО е заличена регистрацията на марка с рег. № 104228-N, пехо, комбинирана за останалите услуги от клас 36 на МКСУ, за които е регистрирана.

В жалбата на „Н. А.И.С.Б.Л.“ – Кралство Б. са наведени доводи, аргументирани подробно и в депозирано писмено становище основания за незаконосъобразност на акта, допуснати съществени нарушения на административнопроизводствените правила, противоречие с материално правните разпоредби и несъответствие с целта на закона – чл. 146, т. 2 - т. 5 от АПК. Сочи се, че необосновано ответника е игнорирал при анализа на относимите обстоятелства част от стоките и услугите, за които са регистрирани по-ранните марки. Според процесуалния представител на дружеството-жалбоподател изслушаната в открито съдебно заседание съдебно-маркова експертиза е едностранчива и необоснована, моли съдът да не я взема под внимание при постановяване на решението. Настоява се, че атакуваната

марка е регистрирана за идентични стоки, с висока степен на сходство с по-ранните, което от своя страна води до вероятност от объркване на потребителите. Прави се искане за отмяна на атакуваното решение, като бъде постановено ново такова, с което да бъде заличена марка N пехо , комбинирана, с рег. № 104228, както и да им бъдат присъдени направените по делото разноски, съгласно представен списък, както и възражение за прекомерност на адвокатския хонорара на другия жалбоподател.

Жалбоподателя „Н. К. И.“ в жалбата и представени писмени бележки по същество на делото счита, че оспореното решение е неправилно в частта, с която на основание чл.76, ал.7, т.2 от ЗМГО е заличена регистрацията на марка N пехо , комбинирана, с рег. № 104228, за част от услугите от клас 36 на МКСУ. Сочи се, че оспореното решение е постановено в разрез с материалния закон, тъй като ответника е приел, че атакуваните услуги са идентични с тези на по-ранната марка, откъдето следва и необоснования извод, че е налице вероятност от объркване на потребителите. На следващо място се сочи, че дори последните обстоятелства да са налице, не са ангажирани доказателства, от които да е видно, че по-ранната марка е била използвана. Излагат се съображения за допуснати съществени нарушения на процесуалните правила, изразяващи се в необсъждане от страна на председателя на ПВ на наведените от жалбоподателя възражения. Прави се искане решението в атакуваната част да бъде отменено, алтернативно преписката да бъде изпратена на ответника за произнасяне, със задължителни указания по тълкуването и прилагането на закона. Претендира разноски, съгласно представен списък.

Ответникът – Председателят на Патентно ведомство чрез процесуалния си представител оспорва жалбата, моли съда да я отхвърли. Подробни съображения излага в депозираните по делото писмени бележки. Претендира присъждане на юрисконсултско възнаграждение, прави възражение за прекомерност на поисканите от жалбоподателите адвокатски хонорари.

Съдът, след като обсъди релевираните с жалбите, представените писмени становища и доводите на страните в съдебно заседание, прецени събраните по делото доказателства и служебно, на основание чл. 168, ал. 1 , вр. чл. 146 от АПК, провери изцяло законосъобразността на обжалвания акт, намира за установено следното от фактическа страна:

На 14.02.2020г., чрез представител по индустриална собственост „Н. А.И.С.Б.Л.“ – Кралство Б. подали до Патентно ведомство на Република България искане с вх. № 70138142/14.02.2020 г. за заличаване регистрацията на марка с рег. № 104228 - N пехо, комбинирана, за всички услуги от клас 36 на Международната класификация на стоките и услугите /МКСУ/, за които е регистрирана от „Н. К. И.“, на основание чл. 36, ал. 3, т. 1, вр. чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО. В искането било посочено, че искателят е притежател на две по-ранни регистрирани марки, а именно: Марка на ЕС „пехо“, комбинирана с Е. №013578935, регистрирана за стоки и услуги от класове 9, 16, 35, 36, 38 и 42 на МКСУ и Марка на ЕС „N. S.“, словна с Е. №[ЕИК], регистрирана за стоки и услуги от класове 9, 16, 35, 36, 38 и 42 на МКСУ.

Опозицията била изпратена до дружеството, притежател на марката N пехо, комбинирана, с рег. № 104228 - „Н. К. И.“, които депозирали писмените си възражения по него.

Искането било подадено срещу марка рег. № 104228 N пехо, комбинирана, заявена на 16.04.2018г., регистрирана на 17.01.2019г., със срок на защита до 16.04.2028г., за услуги от клас 36, както следва:

услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; виртуален обмен на валута; обезпечаване на предплатени карти и жетони; услуги за оценяване; услуги за съхраняване на ценности; застраховане; услуги, свързани с недвижими имоти; финансови и парични услуги и банкиране; отпускане на заеми срещу залог; финансови услуги, свързани с предоставянето на ваучери за закупуването на стоки; купуване и издаване на пътнически чекове; съхранение на ценности на депозит; брокерски услуги; инвестиционни услуги; електронно банкиране; независими консултации за финансово планиране; обмен на чужда валута; оценяване на риска на финансови и застрахователни проекти; посреднически услуги за планиране на финансиране от други финансови институции; предоставяне на финанси за търговия; предоставяне на финанси за покупка на моторни превозни средства; предоставяне на финанси за благоустрояване, застрояване на недвижими имоти; предоставяне на финанси, свързани с продажбата и покупката на лодки; предоставяне на финансиране за изследователски институции; предоставяне на финансиране за изобретения; предоставяне на финансови услуги посредством глобална компютърна мрежа или интернет; управление на активи и документи; управление на корпоративни фондове; управление на финансови активи за трети лица; услуги за финансиране и предоставяне на средства; услуги по събиране на вземания и факторинг; услуги, свързани с валутна търговия и обмен на валута; услуги, свързани с дейности по спестяване и отпускане на заеми; услуги по финансов мениджмънт; услуги, свързани с отпускане на заеми и кредити и услуги, свързани с финансов лизинг; финансиране на проекти; финансови съвети и консултации и предоставяне на информация и данни; финансови трансфери, и транзакции и разплащателни услуги; финансови услуги; финансови услуги, свързани с търговия с ценни книжа и стоки; частни вложения и услуги относно инвестиции на рискови капитали; авто финансови услуги; брокерски услуги за договори за кредити, взаимноспомогателна каса; заеми за лизинг-услуги; издаване на кредитни и дебитни карти; ипотечи; кредитни услуги; кредитни услуги, свързани с моторни превозни средства; кредитно финансиране; обслужване на кредитни карти и разплащателни карти; отпускане на заеми и кредити; отпускане на заеми при изплащане на части; финансиране на автомобилен лизинг; финансиране на покупки; финансови гаранции и поръчителство; агенции за възстановяване и събиране на вземания; ; административни услуги, свързани с инвестиции; инвестиране на капитали; планиране на инвестиции в недвижими имоти, управление на инвестиции; управление на инвестиции за недвижими имоти, финансови застраховане и издаване на ценни книжа / инвестиционно банкиране/, автоматизирани банкови услуги, свързани с транзакции с разплащателни карти; автоматизирано плащане на сметки; обмяна на валута и парични преводи; обработване на плащания; предоставяне на различни варианти за плащане посредством електронни терминали, управлявани от клиента, достъпни в магазините за продажба на дребно; финансови услуги, свързани с пари в брой, чекове и парични преводи; услуги по обслужване на карти; услуги за плащане на сметки през уебсайт.

По ранната марка на ЕС №[ЕИК] - пехо, комбинирана, била заявена на 16.12.2014 г., регистрирана на 21.04.2015 г. със срок

на закрила до 16.12.2024 г., за стоки и услуги от:

Клас 9: софтуер, свързан с финансова комуникация, софтуер, свързан с криптиране, идентификация и клиентска връзка, софтуер, свързан с изравняване, компенсирание и доклад на финансови трансакции; електронни публикации за сваляне, свързани с

финансова комуникация, включително публикации, включващи директиви и стандарти за финансовата общност;

Клас 16: материали за преподаване и обучение (с изключение на апаратура): Печатарски продукти, включително годишници, азбучници, наръчници за употреба и публикации, включващи директиви и стандарти за финансовата общност;

Клас 35: Професионална бизнес консултация, включително тези, предоставяни на финансови институции; Бизнес мениджмънт съдействие, консултантски услуги в областта на търговското управление, включително тези, предоставяни на финансови институции; Организиране на изложения и други подобни събития, с търговски или рекламни цели за финансовата общност; Административни услуги, свързани с поддръжка и актуализиране на компютърни бази данни;

Клас 36: Финансови сделки; парични сделки; електронни транзакции за обмен и парични транзакции; доставяне на финансова информация, чрез световни и защитени електронни мрежи за комуникация, вкл. информация в областта на транзакциите за обмен и паричните транзакции; предоставяне на разположение на финансова информация чрез уебсайтове; услуги с за съвети в областта на финансовите транзакции, като се вземат предвид моделирането, подобряването, хармонизирането и записването на стандартизирани електронни съобщения;

Клас 38: Защитено предаване на съобщения, свързани с финансовите транзакции и свързаните консултации; предаване на данни между финансови институции и дружества със световни и защитени електронни мрежи за комуникация; предоставяне на достъп до световни и защитени електронни мрежи за комуникация; електронен трансфер на информация, свързан с транзакции на плащания, ценни книжа, търговски ценни книжа и ценности; отдаване под наем на достъп до световни и защитени електронни мрежи за комуникация, запазени за финансовата общност;

Клас 42: Научни и технологически услуги и свързани с тях изследователски и проектантски услуги; промишлени анализи и проучвания; проектиране и разработване на компютърен софтуер и хардуер; услуги за развитие и промотиране на технически спецификации и универсални стандарти, позволяващи постигане на оперативна съвместимост на транзакции, осъществени чрез разплащателна карта или за теглене на пари от разплащателни терминали и автоматични дистрибутори на билети по целия свят.

Марка на ЕС №[ЕИК] - N. S., словна, заявена на 27.06.2017 г., била регистрирана на 23.01.2018 г., със срок на закрила до 27.06.2027 г., за следните услуги:

Клас 9: Софтуер за финансово управление; компютърен софтуер за производство на финансови модели; компютърен софтуер отнасящ се до финансова история; компютърен софтуер отнасящ се до опериране на финансови транзакции; софтуер за обработка на бизнес транзакции; софтуер за улесняване на безопасни кредитни транзакции; компютърен комуникационен софтуер за осигуряване на достъп на потребителите до информация за банкови сметки и банкови трансакции; софтуер за предаване на данни; компютърен софтуер за кодиране; софтуер за идентифициране и удостоверяване на хора; биометрични системи за идентификация; софтуер за оценяване на поведението на клиенти в онлайн магазини; финансов компютърен софтуер; електронни публикации, които могат да бъдат прехвърляни върху друг носител; горепосочените продукти са ограничени в областта на получавания на плащания;

Клас 16: П. справочници; наръчници на потребителя за компютърен хардуер;

учебници по компютърен софтуер в банковия сектор; справочник по монетика (електронна и информационна обработка за управление на банкови карти/транзакции); публикуване на протоколи за спецификация относно взаимна съвместимост на разплащателни карти; горепосочените продукти са ограничени в областта на получавания на плащания;

Клас 35: Консултации в областта на търговското управление; консултации в областта на търговското управление и организация; подпомагане при управлението на търговски дейности; финансов маркетинг; услуги за реклама, промоция и връзки с обществеността; организиране и провеждане на промоционални събития; промотиране на финансови и застрахователни услуги, от името на трети страни; рекламни услуги, свързани с финансови инвестиции; рекламни услуги, свързани с финансови услуги; услуги на търговски групи за влияние (лобита) в областта на банковия сектор; управление на компютърни файлове; управление на финансова документация; горепосочените услуги са ограничени в областта на получавания на плащания;

Клас 36: Финансови и парични услуги и банкиране; консултации в областта на електронните пари; финансови сделки; финансови съвети и консултации и предоставяне на информация и данни; услуги, свързани с извършване на парични операции; финансови трансфери и транзакции и разплащателни услуги; финансов обмен; финансова информация; предоставяне на информация за финансови услуги; информационни услуги относно финансовия пазар; информационни услуги, свързани с банкиране; информационни услуги, свързани с банкови сметки; предоставяне на финансова информация чрез електронни средства; компютъризирани информационни услуги, свързани с банкови въпроси; услуги по дебитиране и кредитиране на финансови сметки; услуги за компютъризирана информация за капитали; финансови информационни консултации, свързани с валута; финансова информация от рода на стойности за обмяна; предоставяне на финансова защита срещу рискове, свързани с обмяна на валута; горепосочените услуги са ограничени в областта на получавания на плащания;

Клас 38: Услуги за защитено предаване на данни, звук и изображения; излъчване на финансова информация през сателит; защитено предаване на съобщения, свързани с финансовите транзакции; електронни комуникационни услуги за финансови институции; предоставяне на достъп до електронни комуникационни мрежи и електронни бази данни; предаване на кодирани комуникации; трансфер на електронни файлове; електронни комуникационни услуги за подготвяне на финансова информация; горепосочените услуги са ограничени в областта на получавания на плащания;

Клас 42: Научни и технологични услуги; предоставяне на информация относно услуги за промишлени анализи и проучвания; проектиране на информационни системи, свързани с финанси; разработване, програмиране и внедряване на компютърен софтуер; проектиране и разработване на периферни устройства за компютри; компютърно проектиране на спецификации; консултантски услуги относно интернет сигурността; консултантски услуги относно сигурност на данни; професионални консултации, свързана с компютърната безопасност;

услуги за обезопасяване на компютърни мрежи, компютърен достъп и компютъризирани търговски операции; услуги за компютърна сигурност за защита срещу незаконен достъп до мрежи; актуализиране на компютърен софтуер, свързан с компютърна сигурност и предотвратяване на компютърни рискове; услуги за наблюдение и контрол на компютърни системи за сигурност; услуги за автентикация (контрол) на данни, предадени чрез телекомуникации; услуги за удостоверяване на данни, предадени чрез телекомуникации; услуги за тестване за сертифициране на качество или стандарти; одит на качеството; качествен контрол; оценяване на работата на компютърни системи, отнасящи се до референции за финансова търговия; оценяване на изпълнението на обработката на данни при референтна база за сравнение; тестване, анализ и оценки на стоки и услуги на други с цел сертифициране; създаване на протоколи или спецификации за изпълнение относно взаимната съвместимост на разплащателни карти; съставяне на протоколи или спецификации за изпълнение относно взаимната съвместимост на разплащателни карти; горепосочените услуги са ограничени в областта на получавания на плащания.

При сравняване на датата на заявяване на атакуваната марка - 16.04.2018 г . и датите на заявяване на по-ранните марки на ЕС било констатирано, че в полза на искателя е възникнало по-ранно право върху марка.

При направения анализ на стоките и услугите на сравняваните марки, председателя на ПВ приел за установено, че почти всички услуги в обхвата на клас 36 на атакуваната марка са идентични и сходни с тези в обхвата на закрила на по-ранните марки, тъй като сравняваните услуги са свързани с финансови, банкови и парични услуги, финансови инструменти и плащания и поради сходното си естество и предназначение, конфликтните услуги могат да съвпадат в своя търговски произход - финансови и банкови институции, да имат един и същи канали на разпространение, да се насочени към едни същи потребители или да са свързани помежду си и да се извършват съвместно, поради което е възможно да се предоставят от едни и същи лица. Част от услугите в обхвата на закрила на атакуваната марка били регистрирани идентично с по-ранните марки – финансови и парични услуги и банкиране; финансови съвети и консултации и предоставяне на информация и данни; финансови трансфери, и транзакции и разплащателни услуги. Някои от сравняваните услуги попадали в правилото, че когато заявените стоки или услуги са включени в по-широките понятия, с което са назовани противопоставените такива и обратно, се приемат за идентични. Част от сравняваните услуги били

идентични, като услугите от атакуваната марка – финансови съвети и консултации и предоставяне на информация и данни и финансова информация, предоставяне на информация за финансови услуги в по-ранната словна марка. В оспореното решение е прието, че услугите „финансови и парични услуги и банкиране; финансови съвети и консултации и предоставяне на информация и данни; финансови трансфери, и транзакции и разплащателни услуги”, са напълно идентични на услугите от клас 36 на атакуваната марка с тези от същия клас на по-ранните марки.

Ответника е установил висока степен на сходство между услуги от клас 36 на атакуваната марка, както следва: услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; отпускане на заеми срещу залог; финансови услуги, свързани с предоставянето на ваучери за закупуването на стоки; купуване и издаване на пътнически чекове; електронно банкиране; независими консултации за финансово планиране; обмен на чужда валута; оценяване на риска на финансови и застрахователни проекти; посреднически услуги за планиране на финансиране от други финансови институции; предоставяне на финанси за търговия; предоставяне на финансови услуги, посредством глобална компютърна мрежа или интернет; управление на финансови активи за трети лица; услуги за финансиране и предоставяне на средства; услуги, свързани с валутна търговия и обмен на валута; финансови услуги; издаване на кредитни и дебитни карти; кредит услуги; кредитно финансиране; обслужване на кредитни карти и разплащателни карти; отпускане на заеми при изплащане на части; автоматизирани банкови услуги, свързани с транзакции с разплащателни карти; автоматизирано плащане на сметки; обмяна на валута и парични преводи; обработване на плащания; предоставяне на различни варианти за плащане посредством електронни терминали, управлявани от клиента, достъпни в магазините за продажба на дребно; услуги по обслужване на карти; услуги за плащане на сметки чрез уебсайт, с услугите от същия клас на по-ранните марки.

По отношение на услугите от клас 36 на атакуваната марка „услуги за оценяване; услуги, свързани с недвижими имоти“ не било констатирано сходство или идентичност в сравнение с услугите от клас 36 на по-ранните марки, доколкото са свързани с имущество – отдаване под наем, покупка, продажба или управление и не се предоставяли в едни и същи помещения като финансовите услуги. Относно услугите за оценяване е прието, че единствено мястото им е в класа на банковите и финансови услуги, което не ги прави сходни с тях и попадат в различни

сфери и пазарни сектори. За останалите услуги от клас 36 председателя на ПВ е приел, че са сходни на услугите от клас 36 на противопоставените марки в средна степен.

Атакуваната марка представлява комбинация от словен и фигуративен елемент. Словният елемент е думата пехо, изписана с малки букви на латиница и с удебелен черен шрифт. От лявата страна на словния елемент е разположен фигуративният елемент, който представлява стилизирана графика на вплетени помежду си фигури, с неправилна геометрична форма, оцветени в сиво-черни нюанси. При възприемането на фигуративния елемент, същият наподобява визуално буквата „М“, но предвид специфичното си графично оформление той би се възприел от потребителите като образен елемент. Една от противопоставените марки е словна и се състои от изписване на N. S., а другата - пехо е комбинирана, изписана в сив цвят, в лявата част на която е представен графичен елемент, представляващ две пресечени сиви линии, като във всеки от образувания чрез тях квадрат има цветна точка, в тъмно-оранжево, светлозелено, светлооранжево и синьо.

Предвид визуалното представяне на марките, председателя на ПВ е приел, че не могат да се определят доминиращи елементи, тъй като при атакуваната и по-ранната фигуративна марка, двата елемента са равнопоставени по големина и композиционно разположение, а другата противопоставена по-ранна марка е словна. Отличителността на знаците се определя от идентичния словен елемент в състава на сравняваните марки - пехо, който не кореспондира с каквито и да било характеристики на стоките и услугите на сравняваните знаци. Фигуративните елементи в състава на сравняваните комбинирани марки не били описателни или насочващи, относно стоките и услугите на марките, тъй като обикновено словният елемент има по-силно въздействие върху потребителите, отколкото фигуративния, доколкото средния потребител но-лесно идентифицира определени стоки и услуги, като назовава словния елемент, вместо да описва фигуративния, поради което когато марките включват словен и фигуративен елемент в съдържането си се счита, че словният елемент има по-голямо влияние при възприемането им.

При визуалното сравнение на марките е прието, че между тях е налице сходство, което се дължи на идентичния и отличителен за всички тях словен елемент „пехо“, като в състава на двете фигуративни марки е изписан с малки букви, със слабо стилизиран шрифт и в сходна цветова гама. По отношение на противопоставената марка със словен характер е защитена самата дума, а не специфичния начин на изписването ѝ

малки/големи букви/различен шрифт и е с по-широка закрива от комбинираната, тъй като може да се използва във всякакъв вид, ако словния елемент може да бъде ясно разчетен.

При сравнение на фигуративните елементи на сравняваните комбинирани марки ответника констатирал, че и при двата знака фигуративния елемент е позициониран по подобен начин - в ляво от словния, като комбинираните елементи били в сходни цветове, представляващи стилизирани графики, състоящи се от симетрични елементи. Поради тези съображения председателя на ПВ е приел, че сравняваните марки са визуално сходни във висока степен.

При фонетичното изследване на марките е установено, че отличителният елемент и при трите марки ще се произнесе по еднакъв начин, предвид еднакъв брой букви и звуци (четири/пет), разположени в идентична последователност - „п-е-х-о”. Поради обстоятелството, че фигуративните елементи са силно стилизирани, трудно биха се възприели от потребителите като букви, като голяма част от тях ще ги отчетат като знаци. Поради ниската, почти липсваща отличителност на елемента „S.“ в по-ранната словна марка, потребителите не биха акцентирали върху него при възприемането и описателния му характер във връзка със стоките и услугите, за които е регистрирана марката. В оспореното решение е прието, че е налице фонетично сходство между марките.

Сравняваните марки нямали смислово значение на български език, а елемента „S.“ не е от съществено значение за възприятието на потребителите.

По отношение на вероятността от объркване на потребителите, ответника е приел, че с изключение на „услугите за оценяване; услуги, свързани с недвижими имоти“ всички останали атакувани услуги са идентични или сходни на тези от клас 36 на по-ранните марки, което се дължи на сходна визия и еднаквото звучене на словния елемент „пехо“. Визуалното и фонетично сходство се отнасяло до пълната идентичност и съвпадение на общия за всички марки словен елемент, без смислово значение и ги отличава. Атакуваната марка е преценена като припокриваща се с по-ранните марки, съответно като произтичаща от тях разновидност или вариант. Поради наличието на сходството на знаците и идентичността и сходството на услугите, съществува вероятност от объркване на потребителите, с възможност за свързване на атакуваната с по-ранните марки.

Въз основа на така проведеното административно производство с оспореното решение Председателят на Патентното ведомство е оставил без уважение искането на „Н.“А.И.С.Б.Л., с вх.№ 70138142/14.02.2020г.,

за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 104228-N, пехо, комбинирана, с притежател „Н. К. И.“, за услугите: “услуги за оценяване, свързани с недвижими имоти“ от клас 36 на МКСУ; като на основание чл.76, ал.7, т.2 от ЗМГО е заличил регистрацията на марка с рег. № 104228-N, пехо, комбинирана за останалите услуги от клас 36 на МКСУ, за които е регистрирана.

Съгласно заключението на съдебно-марковата експертиза, не е налице идентичност или сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка на ЕС №013578935 - пехо, комбинирана и услугите от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка с рег.№ 104228 - N пехо, комбинирана – „услуги, свързани с недвижими имоти; услуги за оценяване; застраховане, застрахователни проекти“. Налице е ниска степен на сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка на ЕС №013578935 - пехо, комбинирана и услугите от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка с рег.№104228 - N пехо, комбинирана – „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; виртуален обмен на валута на процесната марка с услугите на по-ранната марка“. Налице е идентичност или сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка на ЕС №013578935 - пехо, комбинирана и останалите услуги от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка с рег.№104228 - N пехо, комбинирана. Налице е ниска степен на сходство между изображенията на по-ранната марка на ЕС с №[ЕИК] - пехо, комбинирана, и изображенията на атакуваната марка - N пехо, комбинирана. Не съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранната марка ЕС с №[ЕИК] - пехо, комбинирана на потребителите, които използват услугите, означени с атакуваната марка с рег. № 104228 - N пехо, комбинирана. Налице е ниска степен на сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка на ЕС №[ЕИК] - N. S. и услугите от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка с рег.№ 104228 - N пехо, комбинирана – „услуги, свързани с недвижими имоти; услуги за оценяване; застраховане, застрахователни проекти“. Налице е ниска степен на сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка на ЕС № **016924755** - **N. S.** и услугите от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка с рег.№104228 - N пехо, комбинирана - „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; виртуален обмен на валута“ на процесната марка с услугите на по-ранната марка. Налице е ниска степен на сходство между услугите от клас 36 „консултации в областта на електронните пари“ на по-ранната марка N. S. и услугите от клас 36 – „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална

валута; виртуален обмен на валута“, за които е регистрирана атакуваната марка N пехо. Налице е ниска степен на сходство между останалите услуги от клас 36 на по-ранната марка N. S. и услугите от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка - N пехо, комбинирана. Налице е ниска степен на сходство между по-ранната словна марка на ЕС - N. S. – словна, и изображенията на атакуваната марка. Не съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранната марка на ЕС - N. S. – словна, на потребителите, които използват услугите, означени с противопоставената марка - N пехо. По отношение на „услуги за оценяване, услуги, свързани с недвижими имоти“ в по-късната марка и след сравнение с всички стоки и услуги, за които са регистрирани по-ранните марки и като се вземе предвид икономическата реалност на българския пазар, може да се направи предположение, че потребителите могат да направят „връзка“ между марките и да сметат, че услугите, означени с по-късната марка произхождат от притежателя на по-ранните марки. Може да се счете, че услугите „Услуги за оценяване, услуги ,свързани с недвижими имоти“ на по-късната марка са сходни, съответно допълващи се или свързани, с тези на по-ранните марки, както и обобщено с финансови услуги. В случай, че е заявен термин с по-широка формулировка, напр. „услуги за оценяване“, същият не е ограничен до оценяване на конкретни активи / напр. недвижими имоти/ и следва да се приеме, че същият обхваща широка гама от активи, които подлежат на оценяване.

Жалбите са ПРОЦЕСУАЛНО ДОПУСТИМИ, като подадени в срок, от лице инициатор на производството пред административния орган, срещу акт с неблагоприятно за молителите съдържание, а разгледани по същество са ОСНОВАТЕЛНИ, поради следните съображения:

Оспореният административен акт е издаден от компетентен орган - Патентно ведомство, съобразно правомощията, предвидени в чл.75, ал.4 ЗМГО. Решението е издадено в предвидената от закона форма и съдържа необходимите реквизити – наименование на органа, наименование на акта, адресат на акта, правни и фактически основания за издаването му, разпоредителна част, дата на издаване и подпис, указания относно срока и реда за обжалване.

При издаване на обжалвания административен акт не са допуснати съществени нарушения на административнопроизводствените правила, които да са ограничили правото на защита на оспорващия и да са препятствали възможността му адекватно да я организира. Съгласно

трайно установената практика на Върховния административен съд, съществено е това нарушение, при наличието на което да повлияе върху съдържанието на акта, т.е. ако това нарушение не е допуснато, би се стигнало до постановяване на акт с различно съдържание.

Производството е започнало по искане на опонента. Препис от искането е връчено на заявителя, който се е възползвал от дадената му възможност за становище и представяне на доказателства, с което настоящият състав приема, че административният орган е спазил процедурата.

Съгласно легалното определение на чл. 9 от ЗМГО марката е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и 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. Правото на марка се придобива чрез регистрация, считано от датата на подаване на заявката. Регистрираната марка дава право на нейния притежател да се противопоставя на нейното нерегламентирано използване, да се противопоставя на регистрацията на марки, които са сходни или идентични с неговата марка. В процесния случай е подадена опозиция от притежател на по-ранна марка срещу регистрацията на марка по този закон – чл. 36, чл. 3, т.1, вр. чл. 12, ал. 1, т.2 от ЗМГО.

Съгласно чл. 12, ал. 1, т. 1 от ЗМГО не се регистрира марка, която е идентична на по-ранна марка, когато стоките или услугите на заявената и на по-ранната марка са идентични. По-късната марка се счита за идентична на по-ранната, когато възпроизвежда без изменение или добавяне всички нейни елементи, или когато разглеждана в нейната цялост включва разлики, които са толкова незначителни, че могат да останат незабелязани от средния потребител.

Съгласно чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО 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. Установява се от доказателствата по делото, че е налице ниска степен на сходство между изображенията на по-ранните марки на ЕС - пехо, комбинирана и N. S., с изображенията на атакуваната марка с рег. № 104228 - N пехо, комбинирана и визуално сходна в ниска степен на останалите по-ранни марки, определени от началния стилизиран елемент „N“, който е доминиращ и визуално открояващ се в процесната, чийто аналог при по-ранната марка пехо е изписването във фигуративния знак на стилизирания символ „X“; налице

е фонетично сходство в ниска степен с по-ранната марка пехо, при липса на смислово сходство.

[Член 52, ал. 1 от ЗМГО](#) допуска за притежателите на по-ранно право върху марка, възможността да подадат на основание [чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО](#) опозиция срещу регистрацията на знак, който е с по-късна дата на заявяване или приоритет. Разпоредбата на [чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО](#) забранява регистрацията на марка, идентична или сходна на по-ранна марка, при наличие на идентичност или сходство между стоките и услугите на марките, когато съществува вероятност за объркване на потребителите, включително поради възможност за свързване с по-ранната марка. В този смисъл, за да се прецени дали е приложима разпоредбата на [чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО](#) и дали е налице основание за уважаване на опозицията, е необходимо да се установи дали между заявената марка и по-ранните марки за стоките и услугите от клас 3б, за които се отнасят марките, е налице идентичност или сходство, и съществува ли вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранната марка, т. е. опасност потребителите да повярват, че стоките произхождат от едно и също или икономически свързани лица.

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. Наличието на някой общ елемент може да създаде еднакво визуално и смислово впечатление, и поради неговата идентичност или сходство с марката и идентичността на стоките или услугите на марката и знака, съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване на знака с марката. Сходството между знаците следва да се преценява не само по себе си, а от гледна точка на вероятност за объркване на потребителите. Сравнението между знаците включва преценка за наличие на фонетично, визуално и смислово сходство, като общата преценка трябва да се основава на цялостното впечатление, което те създават. Тъй като масовият потребител поначало не прави педантично сравнение между марките, за да се прецени риска за объркване между тях, е важно да се прецени сходството, а не различието между марките, защото това е, което остава в паметта и се възстановява във въображението на потребителя. От анализа на цитираните норми следва заключението, че за да е налице фактическия състав на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО следва да са

налице следните кумулативни предпоставки: 1. да съществува по-ранно регистрирано право върху марка; 2. идентичност или сходство между по-ранната марка и атакуваната марка; 3. идентичност или сходство на стоките или услугите на сравняваните марки; 4. вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранната марка.

Спорният по делото въпрос, е относно идентичността или сходството на регистрираната с по-ранните марки, съответно - вероятността от объркване на потребителите. Както от анализа на събраните доказателства, така и от изготвеното експертно заключение, се налага изводът, че не е налице идентичност или сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка - пехо, комбинирана и услугите от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка - „услуги, свързани с недвижими имоти; услуги за оценяване; застраховане, застрахователни проекти“. Налице е ниска степен на сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка и тези, за които е регистрирана - N пехо, комбинирана – „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; виртуален обмен на валута на процесната марка с услугите на по-ранната марка“. Налице е идентичност или сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка и останалите услуги от клас 36 за които е регистрирана N пехо - комбинирана.

Налице е ниска степен на сходство между изображенията на по-ранната марка на пехо, комбинирана, и изображенията на атакуваната марка - N пехо, комбинирана и не съществува вероятност от объркване на потребителите за свързване на по-ранната марка – пехо, които използват услугите на марката N пехо.

Установи се и ниска степен на сходство между услугите от клас 36 на по-ранната марка на ЕС - N. S. и услугите от клас 36, за които е регистрирана атакуваната марка - N пехо, комбинирана - „услуги, свързани с недвижими имоти; услуги за оценяване; застраховане, застрахователни проекти“, както и по отношение на сходството между услугите от клас 36 на по-ранната марка на - N. S. и услугите от клас 36 на N пехо, комбинирана - „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; виртуален обмен на валута“. В настоящото производство се доказва, че е налице ниска степен на сходство между услугите от клас 36 „консултации в областта на електронните пари“ на по-ранната марка N. S. и услугите от клас 36 – „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; виртуален обмен на валута“, за които е регистрирана атакуваната марка N пехо. Налице е ниска степен на сходство между останалите услуги от клас 36

„консултации в областта на електронните пари“ на по-ранната марка N. S. и услугите от клас 36 „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; обмен на валута“, за което е регистрирана N пехо, комбинирана, както и на останалите услуги от клас 36. Налице е ниска степен на сходство между по-ранната словна марка на ЕС - N. S. – словна, и изображенията на атакуваната марка. Не съществува вероятност от объркване на потребителите, а именно свързване на по-ранната марка с процесната. Тези обстоятелства се установиха от заключението по съдебно-марковата експертиза, която е непротиворечива относно този въпрос. Тук е мястото да се посочи, че съдът кредитира изцяло заключението на тази експертиза, като обосновано и компетентно. По делото липсват данни, от които да може да се направи дори и хипотетичен извод, за заинтересованост на вещото лице от изхода на настоящото производство. Вещото лице е предупредено от съда за наказателната отговорност, която носи по смисъла на чл.291 от НК. Регистрирания в списъка на вещите лица експерт е специалист, в областта на науката и техниката – патентно право, въз основа на което упражнява професията вещо лице - експерт, висококвалифициран, известен в системата като обективен и безпристрастен професионалисти. Видно от обстоятелствената част на коментирания експертиза, вещото лице се е запознало с приложените по делото материали, след обсъждане на всички релевантни за делото въпроси, е отговорило професионално и компетентно на поставените въпроси. На последно място обстоятелството, че заключението на експертизата не обслужва тезата на страна по делото, не я прави необоснована и неправилна. Поради тези съображения съдът кредитира изцяло приложената по делото съдебно-маркова експертиза, като обоснована, аргументирана, изготвена от професионалист в съответната област, поради което и не намира основание да не формира вътрешното си убеждение и върху това заключение.

Правото на марка се придобива чрез регистрация, считано от датата на подаване на заявката. Регистрираната марка дава право на нейния притежател да се противопоставя на нейното нерегламентирано използване, да се противопоставя на регистрацията на марки, които са сходни или идентични с неговата марка. При опозиция, подадена от притежателя на по-ранна марка по смисъла на [чл. 12, ал. 2](#) и [ал. 3 от ЗМГО](#), 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 /[чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО](#)/. Следователно, за да настъпи предполагаемият резултат - объркване на потребителите, разпоредбата на [чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО](#) , предполага кумулативното наличие на две условия, всяко от тях в две възможни степени - идентичност или сходство, и то както между марките, така и между стоките/услугите, за които се отнасят.

По отношение на идентичността или сходството на марките следва да се има предвид, че те се сравняват в тяхната цялост, като се отчита въздействието на съществените елементи. Съгласно Методическите указания на Патентното ведомство относно приложението на [чл. 12 от ЗМГО](#), общодостъпни на интернет страницата на ведомството, оценката на степента на сходство 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. Под „отличителен“ елемент се разбира този елемент в състава на марките, който в най-голяма степен служи за осъществяване на основната функция на марката – да отличава стоките и/или услугите на едно лице от тези на други лица. „Доминиращ“ елемент е този, който благодарение на графичното си представяне обуславя общото впечатление, което марката оставя у потребителите.

В конкретния случай е налице визуално сходство в ниска степен между по-ранната марка пехо и процесната, определено от общата дума пехо, която от своя страна няма уникален характер. По отношение на наличието на визуално сходство между марките следва да се преценява визуалното въздействие на марките, определено от начина на графично представяне на думи, букви, цифри, фигури, рисунки цветове и др. При визуално сравнение между словни марки, както е в случая, се изследва дали марките споделят значителен брой букви в една и съща последователност, позицията на съвпадащите букви и структурата на знаците. В конкретната хипотеза думата пехо, като звуци в марката N. S. са 13, а тези в атакуваната – 7.

При оценката за фонетично различие или сходство се взимат под внимание фактори като звучене на марките, определено от дължината на думите, брой на буквите и сричките, брой на съвпадащите звуци, взаимно разположение на еднакви или близки звуци или звукосъчетания, особености на еднакви части на думата, като се отчита началото на думата, типични окончания и типични звукосъчетания в средата на думата. Процесната марка N пехо и по-ранната марка пехо не съвпадат по броя на звуците при произнасянето им, тъй като тези в процесната са седем, а тези в по-ранната 5, сричките съответно 3 и две. Фигуративните

елементи на атакуваната марка не способстват за изникване в съзнанието на потребителя на по-ранната марка, съответно липсва смислово или концептуално сходство между тях. С оглед на това съдът приема, че между сравняваните марки не е налице визуално и фонетично сходство.

Оценката за смислово различие или сходство се основава на значението на думите, включително и в превод. Марките са смислово идентични или сходни когато имат еднакво или подобно семантично съдържание. Сравняваните марки не са сходни по идентичност, тъй като съдържащата се в тях дума пехо е фантазийна, съответно смислово сходство не се изследва. Поради това съдът приема, че между сравняваните марки не е налице смислова идентичност.

Липсва сходство между услугите „услуги, свързани с недвижими имоти, услуги за оценяване; застраховане; застрахователни проекти“ между атакуваната марка и по-ранната N. S., а това при услугите „услуги за преводи на виртуална валута; услуги за виртуална валута; виртуален обмен на валута; консултации в областта на електронните пари е с ниска степен на сходство с атакуваната марка.

В конкретния случай настоящият съдебен състав намира, че за преценка наличието на последната предпоставка за прилагане на [чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО](#) – вероятност от объркване на потребителите, следва да се определи и вземе предвид релевантния кръг потребители. Релевантният кръг потребители включва лица, реални или потенциални потребители на процесните услуги и стоки, които са в достатъчна степен информирани, както и наблюдателни при вземане на решение за покупка. Вероятността за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранна марка, е създаването на погрешна представа за производителя или търговеца на стоките и/или услугите, т. е. опасност потребителите да вярват, че стоките и/или услугите са на същите или икономически свързани лица /[Решение на СЕС, С-39/97, параграф 29](#)/. Преценката на вероятността за объркване е обща и се извършва въз основа на всички относими фактори по конкретния случай. Съгласно практиката на СЕС при преценката на вероятността за объркване, е приложим и принципът, при който сходството на марките и сходството на стоките и/или услугите са взаимнозависими - в смисъл, че по-ниската степен на сходство на стоките и/или услугите може да се компенсира от по-високата степен на сходство на марките и обратно /[Решение на СЕС, С-39/97 „С.“, параграф 17](#) и следващи/. В случая поради липсата на фонетично сходство и смислова идентичност на сравняваните марки не е налице вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с

по-ранната марка. Съгласно т. 3. 1 от Методическите указания на Патентното ведомство вероятността за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранна марка, е създаването на погрешна представа за производителя или търговеца на стоките и/или услугите, т. е. опасност потребителите да вярват, че стоките и/или услугите са на същите или икономически свързани лица (в този смисъл и решение на СЕС по дело С 39/97, параграф 29, С.). Колкото по-висока е степента на отличителност на по-ранната марка, толкова по-голяма ще бъде вероятността за объркване (решение на СЕС по дело С251/95, параграф 24, S.). Преценката за това се прави въз основа на релевантния кръг потребители и предполагаемите очаквания на средния потребител, който е сравнително добре информиран, достатъчно наблюдателен, внимателен и предпазлив. Преценката на вероятността за объркване е обща и се извършва въз основа на всички относими фактори по конкретния случай. Съдът по делото „S.“, Решение СЕС С-251/95 е постановил, че „...цялостната преценка...за сходство...трябва да се основава на цялостното впечатление, което създават марките, имайки предвид по-специално техните отличителни и доминиращи елементи...“. Съгласно марковата практика, съществено е да се държи сметка за сходството, а не за различията, защото то остава в паметта и се възстановява във въображението на потребителите. При сравнението потребителите възприемат марката като цяло и не анализират детайлите. Следователно преценката на сходство между знаците не трябва да се базира само на отделни изолирани елементи, а на възприемането на сравняваните знаци в тяхната цялост. Не е налице вероятност и за непряко объркване, а именно релевантният кръг потребители да не е в състояние да направи разлика между марките, предвид техните безспорни различия, но може да повярва, че означените с тях стоки/услуги произхождат от икономически свързани предприятия. В този смисъл, според съда, атакуваната марка не е конструирана словесно и фонетично, за да създаде впечатление за някаква близост и принадлежност, с по-ранните марки. Не съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранните марки - пехо, комбинирана и N. S. на потребителите, които използват услугите, означени с атакуваната марка - N пехо, комбинирана.

Но по отношение на „услуги за оценяване, услуги, свързани с недвижими имоти“ в по-късната марка, може да се направи предположение, че потребителите могат да направят „връзка“ между марките и да сметат, че услугите, означени с

по-късната марка произхождат от притежателя на по-ранните марки. Може да се приеме, че по отношение на услугите „услуги за оценяване, услуги, свързани с недвижими имоти“ в по-късната марка са сходни, съответно допълващи се или свързани, с тези на по-ранните марки, както и обобщено с финансови услуги, „услуги за оценяване“, които не са ограничени до оценяване на конкретни активи, а обхваща широка гама от активи, които подлежат на оценяване. Подобно становище е застъпено и в решение по дело R 1349/2012-1 на Службата за хармонизация на вътрешния пазар / марки и дизайн/ на Първи апелативен състав: „... услуги, свързани с недвижими имоти е понятие, което е толкова широко, че може да бъде свързано от релевантните потребители с банки, инвестиции, финансиране и ипотечи, каквито са „финансови и парични услуги“. По тази причина услуги, свързани с недвижими имоти, могат да бъдат алтернатива или допълващи на финансовите услуги. Финансовите институции дават съвети не само по отношение на инвестиции, собствен капитал или други финансови продукти, но и за недвижими имоти...“. Така и в решение на Втори апелативен състав на С. по дело № R 2387/2015-2 е постановено, че „...“услуги, свързани с недвижими имоти са сходни на „финансови услуги“...“услуги, свързани с недвижими имоти могат да бъдат предоставяни не само от специализирани агенции, но и от финансови институции, като например банки, което позволяват на евентуалните купувачи да видят имоти, които са на пазара и да се консултират с обучен персонал, относно целесъобразността на покупката. Това е конкретен вид финансова услуга, която включва купуването и продаването на недвижима собственост...услуги, свързани с недвижими имоти могат да бъдат алтернативи или допълващи финансови услуги...“. Предвид това представените от жалб. „Н. А.И.С.Б.Л.“ – Кралство Б. съдебни решения на Общия съд са ирелевантни, доколкото в тях се обсъжда услугата „услуги по управление и посредничество областта на недвижимите имоти“, а в случая става въпрос за услугите „услуги по оценяване, услуги, свързани с недвижими имоти“, съответно са разгледани и съпоставени друг вид услуги.

По отношение на идентичността или сходството на марките следва да се има предвид, че те се сравняват в тяхната цялост чрез преценка на тяхната визуална, фонетична или смислова близост, като се отчита въздействието на съществените елементи. При преценка на визуалното сходство между процесната марка и по-ранната марка се приема, че от основно значение е фонетичното и смислово сходство, което се определя от дължината на думите, броя еднакви думи, срички, строеж на думите и др. когато между знаците на две марки не може да се установи

категорично сходство, се преценява до каква степен едната марка е придобила отличителен характер по отношение на стоките/услугите, за които е регистрирана. Установява се от доказателствата по делото, че процесната марка не е смислово и фонетично сходна на по-ранните марки. Поради обстоятелството, че на българския пазар има установена търговска практика финансови институции да предлагат за продажба недвижими имоти, потребителите могат да направят връзка между предлаганите финансови услуги и услугите по продажба на недвижими имоти от тази финансови институция, от където следва извода, че услугите „услуги, свързани с недвижими имоти“ и „финансови услуги са сходни по критерий обичаен произход, съответно е налице вероятност от объркване на потребителите и асоциация между процесната и по-ранните марки. Налага се изводът, че вероятността от объркване на потребителите е съществена. В допълнение следва да се отбележи, че дори да се приеме, че не е налице висока степен на сходство между двете марки, то в случая приложение намира принципът, че по-ниската степен на сходство между марките се компенсира от по-висока степен на идентичност/сходство между стоките и услугите [/Решение на СЕС по дело С-39/97/](#).

В случая марките в конфликт обхващат и във висока степен идентични стоки, с оглед, на което се установява връзка по отношение на тези продукти, които са предназначени за сходни по своето естество пазари, чиито участници - продавачи и купувачи, често се припокриват. При наличието на пълно съвпадение между релевантните потребители, дължащо се на идентичността и високата степен на сходство на процесните стоки връзката би била безспорна. Релевантният кръг потребители са гражданите, за които като крайни клиенти са предназначени продуктите и услугите, за които е регистрирана по-ранната марка и е заявена по-късната марка. Законодателят дава защита на по-ранната марка само при съществуването на вероятност от объркване, без да поставя изискване за реализирането на тази вероятност. Изложеното до тук обосновава извод, че сравняваните марки са сходни по отношение на услугите „услуги за оценяване, услуги, свързани с недвижими имоти“, поради което с регистрацията на заявената марка се създава вероятност от объркване на потребителите, включително чрез свързване с по-ранната марка.

На основание изложеното, съдът стига до извод, че жалбите са основателни, а оспореното решение неправилно, доколкото липсва обективно и законосъобразно съпоставяне на процесните марки. Неправилна е преценката на ответния орган относно липсата на вероятност от объркване на потребителите на стоки и услуги, за които са

налице по-рано регистрирани марки. Въз основа на направения по-горе анализ, съдът приема, че е налице висока степен на вероятност от объркване, като е възможно средния потребител да свърже заявената за регистрация марка с по-рано регистрираната такава, с притежател „Н. К. инк.“ – К. острови и по отношение на стоките и услугите, за които опозицията е отхвърлена. Предвид изложеното решението следва да бъде отменено, а преписката върната на ответния орган за постановяване на решение, съобразно дадените по-горе указания.

С оглед изхода от спора, на основание чл. 143, ал. 4 от АПК, в полза на жалбоподателите, с оглед своевременно направеното изявление, следва да бъдат присъдени претендираните разноски - държавна такса и адвокатски хонорар, съгласно представени списъци следва да бъдат възложени в тежест на ответника. Съдът намира претендираните адвокатски възнаграждения за прекомерни, с оглед така направените възражения от страна на процесуалния представител на ответника, тъй като делото не се отличава с фактическа и правна сложност помощ, по него са проведени две съдебни заседания, в последното от които е изслушано вещо лице, поради което същите следва да бъдат редуцирани до размера, посочен в чл.8, ал.3 от Наредба №1/09.07.2004г. за минималните размери на адвокатските възнаграждения – по 500 лева. В тежест на ПВ следва да бъдат възложени и разноските, сторени от “ Н. К. И. “, представляващи депозит за вещото лице в размер на 500 лева.

Предвид изложеното и на основание [чл. 172, ал. 2 от АПК](#), съдът

Р Е Ш И:

ОТМЕНЯ по жалба на „Н. К. И.“ - Г. К. и „Н. А.И.С.Б.Л.“ – Кралство Б. решение № РС-9/1//06.01.2021г., издадено от председателя на Патентно ведомство на Република България.

ОСЪЖДА Патентно ведомство на Република България, да заплати на „Н. К. И.“ - Г. К. сумата от 550 лева, представляващи разноски по делото.

ОСЪЖДА Патентно ведомство на Република България, да заплати на „Н. А.И.С.Б.Л.“ – Кралство Б. сумата от 1050 лева, представляващи разноски по делото

РЕШЕНИЕТО подлежи на обжалване с касационна жалба в 14 - дневен срок от съобщаването му пред Върховния административен съд на Република България.

ПРЕПИСИ да се връчат на страните.

СЪДИЯ: