

# РЕШЕНИЕ

№ 743

гр. София, 07.01.2026 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 15 състав, в**  
публично заседание на 09.12.2025 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Росица Цветкова**

при участието на секретаря Антонина Митева, като разгледа дело номер **8766** 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 Административно-процесуалния кодекс (АПК) във връзка с чл. 49 от Закона за промишления дизайн (ЗПрД).  
Образувано е по жалба на “Био фреш“ ООД, със седалище и адрес на управление обл. П., общ. М., [населено място], подадена чрез пълномощника адвокат А. А., срещу Решение № РС – 76(1) от 12.05.2025 г. на председателя на Патентното ведомство на Република България. С оспорения административен акт е заличена регистрацията на промишлен дизайн рег. № 7675-005 „Сапун“ с притежател “Био фреш“ ООД, на основание чл. 29, ал. 1, т. 1 във връзка с чл. 11, ал. 1 и на основание чл. 29, ал. 2, т. 2 от ЗПрД, а именно че регистрираният дизайн не е оригинален, както и че използването му може да бъде забранено на основание по-ранно право на индустриална собственост на лице, което се ползва от закрилата по друг закон – а именно притежателят на регистрирана търговска марка № 78008, триизмерна, с притежател „Рефан Трейд“ ЕООД (търговската марка е прехвърлена на „Рефан Трейд“ ЕООД в хода на административното производство, иницирано от предходния притежател на марката – „Рефан България“ ООД). Жалбоподателят „Био фреш“ ООД, чрез процесуалния си представител адв. А., поддържа жалбата и навежда доводи за незаконосъобразност на решението поради противоречие с материалния

закон и конкретно с чл. 11, ал. 1, предл. второ, във връзка с чл. 13 от ЗПрД и чл. 29, ал. 2, т. 2 от ЗПрД. Оспорва се изводът за липса на оригиналност на дизайна на жалбоподателя, като се излагат подробни съображения за разликите между него и дизайна, въплътен в марката на „Рефан България“ ООД, впоследствие прехвърлена на „Рефан Трейд“ ЕООД. Твърди се, че дизайнът създава различно общо впечатление от известния дизайн и следователно е оригинален, поради което са изпълнени предпоставките на чл. 11, ал. 1 във връзка с чл. 13 от ЗПрД. Оспорва се и констатацията за объркващо сходство между марката и дизайна на „Био фреш“ ООД. Счита се, че регистрираният дизайн не нарушава правото върху регистрираната марка. По подробно изложени съображения се прави искане решението на председателя на ПВ да бъде отменено. Претендират се разноски.

Ответникът – председателят на Патентното ведомство (ПВ), чрез процесуалния си представител юрисконсулт И. Г., оспорва жалбата по съображенията, изложени в мотивите на оспореното решение. Претендира заплащане на юрисконсултско възнаграждение.

Заинтересованите страни „Рефан България“ ЕООД (инициатор на производството през административния орган) и „Рефан Трейд“ ЕООД, чрез общ процесуален представител, оспорват основателността на жалбата и правят искане съдът да остави в сила решението на председателя на Патентното ведомство. Претендират разноски по делото.

След преценка на събраните по делото доказателства съдът приема за установено следното:

„БИО ФРЕШ“ ООД е притежател на регистрацията на промишлен дизайн с рег. № 7675-005 „САПУН“, регистриран на 13.07.2012 г. и публикуван на 31.08.2012 г. в бр. 08/2012 г. на Официалния бюлетин на Патентното ведомство, онагледен по следния начин:





Изглед 1.1

Изглед 1.2

(Изображенията са копирани от решението на председателя на Патентното ведомство и от жалбата, тъй като към момента на изготвяне на съдебното решение не са открити в електронния регистър на Патентното ведомство за промишлените дизайни. С най-добро качество са изображенията, представени в писмените бележки на заинтересованата страна – на стр. 279 от делото.) Описан словесно, дизайнът представлява сапун във формата на съцветие – букет от разцъфнали цветя, рози или много приличащи на рози, едно от които в средата, останалите – разположени в кръг около него.

Административното производство е започнало по искане с вх. № 70102051 от 11.09.2018 г. за заличаване на промишлен дизайн с рег. № 7675-005 „САПУН“ на „Био фреш“ ООД, подадено от „Рефан България“ ООД, притежател на търговска марка с рег. № 78008, триизмерна, заявена на 15.10.2010 г., публикувана на 30.06.2011 г. в бр. 06/2011 г. на Официалния бюлетин на Патентното ведомство и регистрирана на 09.11.2011 г., със срок на защита до 15.10.2030 г. Марката е регистрирана за стоки от клас 3 на МКСУ: „препарати за почистване; сапуни; парфюмерия, етерични масла, козметика“. Библиографските данни на марката включват следното черно-бяло изображение:



Защитените цветове са описани като „според представянето“, а описанието – „съгласно представянето“. Видно от изображението марката представлява сапун във формата на един разцъфнал розов (като вид цвете, а не като цвят по смисъла на спектъра) цвят.

На 02.08.2019 г. „Рефан България“ ООД е преобразувано в „Рефан България“ ЕООД, а в рамките на същото административно производство – на 28.02.2025 г. – марката е прехвърлена на „Рефан Трейд“ ЕООД, която е заявила, че поддържа искането за заличаване на дизайна.

Административният орган е разменил книжа между страните и е събрал становището на притежателя на промишления дизайн. Производството е било спряно с определение на председателя на Патентното ведомство от 09.07.2019 г. – до приключване на производството по искането за заличаване на търговска марка с рег. № 78008, и след това е възобновено с решение от 07.03.2025 г.

Със заповед от 15.04.2025 г. председателят на Патентното ведомство е назначил нарочна комисия за разглеждане на искането за заличаване на промишления дизайн, която е формирала становище, че са налице основания за заличаване, тъй като дизайнът не е отговарял на изискването на чл. 11, ал. 1 от ЗПрД за оригиналност и тъй като е подадено искане от притежател на по-ранно право на

регистрирана марка, а между марката и дизайна е налице визуално сходство, което може да доведе потребителите до объркване и до възприемане на стоките „сапуни“ на притежателя на дизайна като стоки на притежателя на марката – основание по чл. 29, ал. 2, т. 2 от ЗПрД.

С оспореното решение са възприети и доразвити доводите на комисията и е прието, че: 1) промишленият дизайн към датата на заявяване не е бил нов и оригинален и следователно дизайнът е регистриран в противоречие с чл. 11, ал. 1 от ЗПрД, което е основание за заличаване по чл. 29, ал. 1, т. 1 във връзка с чл. 11, ал. 1 от ЗПрД, както и че 2) са налице предпоставките на чл. 29, ал. 2, т. 2 от ЗПрД поради наличие на по-ранно право върху марка № 78008.

Спор по фактите по делото няма, спорът е по правното им значение.

Въз основа на установеното от фактическа страна съдът прави следните правни изводи:

Оспореното решение е издадено от компетентен орган, в предвидената от закона форма, при липса на съществени процесуални нарушения. При преценка на съответствието на решението с материалния закон съдът намира, че същото е незаконосъобразно, като основанията за този извод са следните:

Съдът не споделя извода на председателя на Патентното ведомство, че процесният промишлен дизайн рег. № 7675-005 не отговаря на изискванията за новост и оригиналност по чл. 11, ал. 1 във връзка с чл. 12 и чл. 13 от ЗПрД и поради това подлежи на заличаване на основание чл. 29, ал. 1, т. 1 от ЗПрД.

Безспорно е, че към датата на заявяване на дизайна – 21.03.2012 г. – по-ранният дизайн, въплътен в регистрираната триизмерна марка № 78008, е станал общодостъпен чрез публикация. Правилно административният орган е приел, че двата обекта не са идентични по смисъла на чл. 12, ал. 2 от ЗПрД, като е констатирал съществени разлики във формообразуващите елементи, броя и разположението на венчелистчетата и цялостната форма на продукта. Към тези разлики, при визуално сравнение се откроява и разликата във формата на венчелистчетата и тяхната плътност – тези на марката са заоблени, изглеждат плътни и някак „пухкави“, а на дизайна са по-тънки и фини и някак с „по-изострени“ форми.

Съгласно чл. 12, ал. 1 и 2 от ЗПрД дизайнът е нов, ако преди датата на подаване на заявката не е

станал общодостъпен друг идентичен дизайн, като дизайните се считат за идентични, когато техните особености се различават само в несъществени елементи. Критерият за „идентичност“ се тълкува стеснително – идентичност е налице, когато по-късният дизайн не се отличава от по-ранния, освен чрез едва забележими, периферни детайли, които не влияят на възприятието за общия облик. В случая по-ранният обект – триизмерната марка – изобразява единичен разцъфнал кичест цвят, докато процесният промишлен дизайн пресъздава съцветие от множество дребни розови цветчета, групирани в сферична форма. Разликите в силуета, в броя и в композицията на формообразуващите елементи са ясно възприемаеми за информирувания потребител и не могат да бъдат квалифицирани като „несъществени елементи“ по смисъла на чл. 12, ал. 2 ЗПрД. Поради това по-ранната марка не може да се третира като идентичен дизайн, който да отнема новостта на процесния промишлен дизайн; оплакванията следва да се обсъждат в плоскостта на индивидуалния характер (оригиналност), а не на липса на новост.

В тази връзка следва да се отчете и характерът на използвания мотив. Дори конкретната триизмерна форма на сапун във вид на цвете да не е масово разпространена, мотивът „роза“ като визуален елемент в представянето на козметични и хигиенни продукти е традиционен и отдавна установен – използва се в словесни и образни марки, в опаковки и рекламни решения, включително поради връзката с българското розопроизводство. Макар отделните автори да могат да стилизират мотива по различен начин, основните му конструктивни характеристики – наличие на център и концентрично разположени венчелистчета – до голяма степен са предопределени. Поради това само обстоятелството, че и двата обекта пресъздават „розов цвят“, не е достатъчно, за да се приеме идентичност или да се отрече новостта и оригиналността на по-късия дизайн. При такъв традиционен мотив именно конкретното композиционно решение (единичен цвят срещу съцветие/букет от множество малки цветове), общият силует, плътността и формата на венчелистчетата и релефът на продукта придобиват определящо значение за преценката дали се създава различно общо визуално впечатление. Оттук нататък извеждането на извод за липса на оригиналност по чл. 13 от ЗПрД е в противоречие както с критерия на закона, така и с разбирането за „общо впечатление“, утвърдено в практиката на Съда на Европейския съюз и Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO). Съгласно чл. 13 от ЗПрД дизайнът е оригинален, ако създава у информирувания потребител цялостно впечатление, различно от това, което създава друг известен дизайн, като при преценката се отчита степента на свобода на дизайнера. „Информируваният потребител“ в случая е обичайният потребител на хигиенни

продукти и сапуни, който познава разнообразието от форми на тези стоки и обръща внимание на тяхната външна визия, но не анализира дизайна с експертна прецизност. В същото време самият председател е приел, че при „сапуни“ свободата на дизайнера е висока – не е обусловена от технически изисквания и допуска изключително разнообразни форми и орнаментика. При така установена голяма свобода на дизайнера, за да се приеме липса на оригиналност, е необходимо много висока степен на сходство в общото визуално въздействие, а не само наличие на общ мотив „разцъфнал цвят“.

Процесният дизайн рег. № 7675-005 представлява сапун, оформен като стилизирано съцветие от множество дребни розови цветчета, които композиционно изграждат сферичен обем („топка от разцъфнали розички“). По-ранният дизайн, отразен в марка № 78008, пресъздава единичен разцъфнал кичест цвят. При съпоставяне на двата обекта информираният потребител не възприема едно и също общо впечатление: при по-ранния дизайн визуалният акцент е върху един доминиращ цвят, докато при процесния дизайн акцентът е върху група от множество дребни цветове, организирани в съцветие, което променя и общата форма, и релефа, и декоративния ефект на продукта. Съществените различия, които административният орган сам е констатирал на равнището на формообразуващи елементи, неизбежно се отразяват и върху възприеманото общо впечатление и не могат да бъдат обезценени чрез абстрактно позоваване на „разцъфнал цвят“ като общ мотив.

Сам по себе си фактът, че и двата обекта използват мотива „разцъфнал цвят“, не е достатъчен да обоснове липса на оригиналност, още повече при призната от самия административен орган висока степен на свобода на дизайнера. Законодателят не изключва използването на традиционни елементи, а изисква крайният резултат – дизайнът в неговата цялост – да създава различно общо впечатление спрямо известните преди него решения. Обстоятелството, че мотивът „роза“ е традиционно използван в представянето на козметични и хигиенни продукти, не означава, че всеки дизайн, който го включва, е лишен от оригиналност. Той ограничава единствено това, което може да бъде монополизирано като „идея“ (сапун/козметичен продукт с роза), но не и възможността конкретна композиция на този мотив да създаде различно общо впечатление спрямо по-ранните решения. В случая именно решението продуктът да бъде оформен като съцветие от множество малки рози с различен силует, релеф и плътност на венчелистчетата отличава процесния дизайн от по-ранната единична роза и обосновава неговия индивидуален

характер по смисъла на чл. 13 ЗПрД.

При тези данни съдът приема, че към датата на подаване на заявката процесният промишлен дизайн е отговарял както на изискването за новост по чл. 12, така и на изискването за оригиналност по чл. 13 във връзка с чл. 11, ал. 1 от ЗПрД. Фактическият състав на чл. 29, ал. 1, т. 1 от ЗПрД не е изпълнен, поради което това основание за заличаване е приложено неправилно.

По отношение на основанието по чл. 29, ал. 2, т. 2 от ЗПрД съдът приема, че също е налице неправилно приложение на материалния закон. Безспорно е, че към датата на заявяване на процесния дизайн в полза на „Р. България“ е съществувало по-ранно право върху регистрирана триизмерна марка № 78008 за стоки от клас 3 „сапуни“, а впоследствие правото е прехвърлено на „Рефан Трейд“ ЕООД. Административният орган е приел още, че стоките, за които е предназначен дизайнът („сапун“), са идентични със стоките „сапуни“ по регистрацията на марката, и е извел извод за визуално сходство и смислова идентичност между марката и дизайна, разгледан като знак, поради общия мотив „разцъфнал цвят/роза“. Съдът намира, че тази преценка игнорира ключовия критерий за обхвата на закрилата на по-ранната марка – нейната отличителност и мястото ѝ спрямо нормите и обичаите в съответния сектор.

Съгласно практиката на Съда на ЕС обхватът на правната защита на по-ранната марка е толкова по-широк, колкото по-голяма е нейната отличителност – присъща или придобита чрез използване (дело C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer). Обратно – когато марката се състои от елемент, който е обичаен или широко използван в сектора, нейната присъща отличителност е слаба и закрилата ѝ трябва да се тълкува ограничително. В същия смисъл е решението по дело C-39/97 Sapon, където се подчертава необходимостта от „глобална преценка“ на вероятността от объркване, отчитаща взаимната зависимост между сходството на знаците и отличителния характер на по-ранната марка.

В разглеждания сектор мотивът „роза“ (разцъфнал розов цвят) е традиционен и широко използван елемент в представянето на козметични и хигиенни продукти – както в словесните и образни марки, така и в рекламни и опаковъчни решения, включително поради връзката с българското розопроизводство. Не е необходимо да се установи масово предлагане именно на сапуни с идентична триизмерна форма; достатъчно е, че за средния потребител образът на роза е обичаен мотив, който по правило насочва към категория продукти (аромат/съставка), а не към конкретен

търговски произход. При такава „наситеност“ на мотива отличителният характер на по-ранната триизмерна марка, състояща се от единичен стилизиран розов цвят за стока „сапун“, е по-скоро слаб, поради което обхватът на закрилата ѝ трябва да се тълкува ограничително – като обхваща конкретното графично и обемно решение, но не и всеки друг дизайн, в който се използва мотивът „роза“.

Ситуацията е съпоставима с тази, разгледана по дело C-98/11 P *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli* („шоколадовото зайче“), където СЕС приема, че форма на сезонни сладкарски изделия, широко използвана от различни производители, поначало е с ограничена способност да изпълнява търговскопроизходна функция и не може да обоснове широк монопол върху типичния за съответния пазар силует. По аналогия настоящата триизмерна марка, състояща се от единичен стилизиран розов цвят за стока „сапун“, може да се ползва от закрила само в тесни граници – по отношение на конкретното графично/обемно решение, но не и като изключителен монопол върху всяко представяне на роза при сапуни.

Преценени в тяхната цялост, процесният дизайн и по-ранната марка се различават съществено по композиция, форма и релеф. Дизайнът пресъздава съцветие от множество малки розови цветчета с обобщена сферична форма, докато марката представя единичен кичест цвят. Общият за двата обекта мотив „разцъфнал цвят“ е именно традиционният елемент, който според разбирането на СЕС трябва да остане свободен за всички участници на пазара и не може да бъде монополизиран до степен, която да изключи всяко различно художествено решение в рамките на този мотив.

При тези данни, дори да се отчете определена концептуална близост (и двата обекта напомнят „разцъфнала роза“), глобалната преценка по критериите на решение *Canon* – сходство на знаците, идентичност на стоките, отличителност на по-ранната марка и начин на възприемане от средния потребител – не води до извод за наличие на вероятност от объркване относно търговския произход. Средният потребител на стоките „сапуни“, които са масови и относително евтини продукти, ще възприеме разглежданите форми като различни декоративни решения в рамките на традиционния мотив „роза“, а не като указание, че продуктите произхождат непременно от едно и също или икономически свързани предприятия.

Ето защо съдът намира, че не са налице предпоставките за прилагане на чл. 29, ал. 2, т. 2 от ЗПрД – по-ранната марка не обосновава възможност използването на процесния дизайн да бъде

забранено на основание това по-ранно право на индустриална собственост.

По изложените съображения съдът приема, че оспореното решение на председателя на Патентното ведомство следва да бъде отменено.

При този изход на делото следва да се постави на обсъждане претенцията за заплащана на разноски на жалбоподателя. По делото са представени доказателства за направени разноски в размер на 3000 лв. за адвокатско възнаграждение и 50 лв. за държавна такса. Тези разноски следва да се възложат в тежест на бюджета на ответника, на основание чл. 143, ал.1 от АПК.

По изложените съображения и на основание чл. 172, ал.2 от АПК, съдът

#### РЕШИ:

ОТМЕНЯ по жалба на “Био фреш“ ООД, със седалище и адрес на управление обл. П., общ. М., [населено място], подадена чрез пълномощника адвокат А. А., Решение № РС – 76(1) от 12.05.2025 г. на председателя на Патентното ведомство на Република България, с участието на заинтересованите страни „Рефан България“ ЕООД и „Рефан Трейд“ ЕООД.

ОСЪЖДА Патентното ведомство на Република България да плати на “Био фреш“ ООД, със седалище и адрес на управление обл. П., общ. М., [населено място] разноски по делото в размер на 3050лв.

РЕШЕНИЕТО подлежи на касационно обжалване пред Върховния административен съд на Република България, в 14 дневен срок от съобщаването му на страните.