

РЕШЕНИЕ

№ 12900

гр. София, 12.04.2025 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 52 състав, в
публично заседание на 12.02.2025 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Силвия Димитрова

при участието на секретаря Албена Илиева, като разгледа дело номер **1631** по описа за **2024** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.145 и сл. АПК, вр. чл.84 и сл. ЗМГО.

Образувано е на основание изпратена от Патентно ведомство постъпила жалба от Алди ГмбХ енд Ко.КГ с адрес в Германия, депозирана чрез пълномощника му адв. Е. М., против Решение №РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на Председателя на Патентно ведомство, в частта, в която е отменено решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, постановено по опозиция с вх. №BG/E/2016/1319541 от 29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. №135392 „ALDO“. В жалбата на Алди ГмбХ енд Ко.КГ са изложени подробни съображения за незаконосъобразност на обжалвания административен акт, като постановен в противоречие с материалноправните разпоредби, при съществено нарушение на административнопроизводствените правила и несъответствие с целта на закона. Според оспорващия мотивите, с които административният орган е отхвърлил всякакво сходство между сравняваните стоки и услуги са неправилни. Твърди, че не е съобразена правораздавателната практика на Съда на Европейския съюз по извършване на оценка за сходство между такива стоки и услуги и по този начин не е приложен правилно материалният закон. Освен това счита, че мотивите са непълни, защото административният орган не е проверил възможността за наличие на сходство между същите оспорени стоки с други стоки и услуги, за които е регистрирана марка на ЕС №[ЕИК]. Излагат се съображения за това, че е налице допълващ характер между посочените стоки в класове 32, 33 и услуги в клас 35. Според жалбоподателя стоките в класове 32 и 33 се допълват по такъв начин с услугите за търговия на дребно с храни в клас 35, че възниква тясна връзка помежду им, в смисъл, че едната е съществена или значима за използването на другата по такъв начин, че потребителите могат да помислят, че отговорността за производството на тези стоки или предоставянето на тези услуги се носи от

едно и също предприятие. Излага, че тези фактори са правилно отчетени от състава по опозиции, но са изцяло игнорирани в обжалваното решение на председателя на ПВ. На следващо място се твърди, че независимо дали алкохолните и безалкохолните напитки директно попадат в обхвата на понятието „храни“ или единствено са сходни на тях, във всеки случай се установява сходство между конфликтните стоки и услуги. Твърди се също, че съществува сходство между заявените безалкохолни и алкохолни напитки в класове 32 и 33 и услугите Ресторантьорство в клас 43. Сочи, по подробно изложените аргументи, че дори ниска степен на сходство между стоките в класове 32 и 33 и ресторантьорските услуги в клас 43 е достатъчна, за да се покрие предпоставката „сходство“ от фактическия състав на основанието по чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО. По тези съображения, подробно мотивирани и поддържани в съдебно заседание от процесуалния представител от адв. Е. М., се иска отмяна на оспорения административен акт на Председателя на ПВ. Допълнителни съображения са изложени в представените писмени бележки. Претендира присъждане на разноски по списък. Прави възражение за прекомерност на претендирания адвокатски хонорар на заинтересованата страна.

Ответникът, Председателя на Патентно ведомство, чрез процесуалния си представител юрисконсулт С. Б. в съдебно заседание оспорва жалбата. Претендира разноски за юрисконсултско възнаграждение.

Заинтересованата страна TRANSCOMMERCE S.A. чрез процесуалния си представител адв. К. Ч., изразява становище за неоснователност на жалбата. В писмени бележки излага подробни съображения за правилността на решението на Председателя на ПВ. Искане се от съда да постанови решение, с което да остави без уважение жалбата. Претендира разноски по представен списък.

По делото са събрани писмени доказателства, включително заверено копие от образуваната административна преписка. Приета е неоспорена от страните съдебно-маркова експертиза.

Административен съд - София-град, в настоящия съдебен състав, като прецени събраните по делото доказателства, поотделно и в тяхната съвкупност, във връзка с доводите и твърденията на страните, приема за установено следното:

От името на Алди ГмбХ енд Ко.КГ, чрез представител по индустриална собственост (ПИС) Е. М., е подадена опозиция вх. №BG/E/2016/1319541/29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка „ALDO“, комбинирана, вх. №135392/19.01.2015 г. от „АЛДО ХОЛДИНГ“ ЕООД., с адрес: 9000 В., район „О.“, [улица], представлявано от ПИС С. Л.. В последствие заявената марка е прехвърлена на TRANCOMMERCE S.A. Trust Company Complex, Ajeltake road, Ajeltake Island, Majuro, MH 96960, М. острови, с ПИС В. Б.. Опозицията е подадена на основание чл.386, ал.1, т.1 от Закона за марките и географските означения /отм./ – съответстващ на чл. 52, ал. 1, т. 1 ЗМГО, във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО и е насочена срещу всички стоки услуги от клас 29, 30, 32, 33, 35, 39, 43 на Международната класификация на стоките и услугите /МКСУ/, за които марка с вх. № 135392 е заявена.

Марката е заявена за следните стоки и услуги:

Клас 29: месо, включително месо в готвени ястия в това число кебап, мусака, кебапчета, кюфтета, кавърма, зелеви сарми с месо; лозови сарми с месо; бекон; бульон; препарати за приготвяне на бульон; концентрати за бульони; месни екстракти [концентрати]; желатин за хранителни цели; животински костен мозък за хранителни цели; желета от месо [желирано месо]; желирано свинско месо [пача]; кренвирши; кървавица; крокети; мазнина от вътрешности [бъбречна лой]; колбаси, включително варени, сурово-сушени и пушени; панирани наденици, включително сурови и печени наденици; черен дроб; пастет от черен дроб; пастет от месо; свинска мас за хранителни цели; свинско месо; шкембе [шкембе чорба]; шунка от бут; осолено месо; месо в консерви; консервирано месо; домашни птици [неживи]; дивеч [драно, трупно месо]; супи;

суровини за приготвяне на супи; продукти за зеленчукови супи; риба [нежива]; осолена риба; пушена риба; аншоа, хамсия; водни животни с черупка [стриди, раци, миди] [неживи]; печени ядливи водорасли; лангусти [неживи]; миди [неживи]; морски краставици [неживи]; омари [неживи]; ракообразни [неживи]; хранителни продукти от риба; риба тон [нежива]; риба консервирана [рибни консерви]; риба, обработена за продължително съхранение; рибен желатин [рибен клей]; рибен мус; рибно филе; рибен хайвер, обработен; сардини [неживи]; скумрия [нежива]; скариди [неживи]; скариди, едри [неживи]; стриди [неживи]; съомга [нежива]; хайвер; херинга [нежива]; храни от риба за консумация, включително рибни салати и рибни пастети; бита сметана; извара; кефир [млечна напитка от ферментирало мляко]; мляко; кисело мляко; млечни шейкове; млечни напитки с преобладаващо съдържание на мляко; млечни продукти; саламури; сирене, кашкавал; сирище; сметана [млечни произведения]; соево мляко [млечни заместители]; соево сирене; суроватка; мазнини за хранителни цели; маргарин; масло; фъстъчено масло; шоколадово масло с ядки; олио от рапица за хранителни цели; слънчогледово олио за хранителни цели; смеси, съдържащи мазнини за мазане на филийки хляб; субстанции за производството на мазнини за хранителни цели; сусамово олио; царевично олио; маслен крем; растителни масла за хранителни цели; бадеми, смлени; грах, консервиран; гъби, консервирани; домати сок за готвене; домати пюре, включително лютеница; екстракти от диворастящи растения за хранителни цели; зеленчукови консерви; зеленчуков мус; захаросани плодове; закуска на основата на плодове; зеленчуци, консервирани; зеленчуци, обработени; зеленчуци, сушени; картофен чипс; картофени люспи; картофени хапки [пръчици] за фритюрник; кисело зеле; компоти; компот от боровинки; плодови кори; плодов пулп; плодов чипс; леща, консервирана; лук, консервиран; мармалад; плодове в консерви; плодове, консервирани с алкохол; плодови желета; плодови салати; прясно замразени плодове; зеленчукови салати; семена, обработени, слънчогледови семки, обработени; соеви зърна, консервирани за хранителни цели; сусамена халва; сладка, конфитюри [джемове]; трюфели, консервирани; туршия, силно подправена [мариновани зеленчуци с подправки за ястия]; фасул, консервиран; фъстъци, обработени; чесън, консервиран; ябълково пюре; ядки, обработени [за консумация]; яйца, яйчен прах.

Клас 30: ароматизатори за кафе; ароматизатори за сладкиши, с изключение на етерични масла; ароматизатори за напитки с изключение на етерични масла; ароматични добавки за храни; екстракти [настойки], за немедицински цели, отвари от билки; дъвка за немедицински цели; бадемово тесто; бадемови бисквити [сладкарски изделия]; бисквити от малц; обикновени бисквити; бисквити; крекери [тънки, сухи бисквити]; стабилизатори за приготвяне на бита сметана; бонбони; ментови бонбони; брашно; брашно от житни растения; брашно от бобови култури; брашно от тапиока за хранителни цели; картофено брашно за хранителни цели; булгур за хранителни цели; ванилия [ароматизатор]; ванилин [заместител на ванилия]; вафли; високо-протеинови зърнени десертни блокчета; водорасли [подправки за ястия]; галета; глазура за сладкиши; глюкоза за хранителни цели; горчица; продукти, предаващи крехкост на месото за домакински цели; глазура за шунка; глутенови добавки за кулинарни цели; готови ястия на базата на макаронени храни; градински подправки, консервирани [сезонни]; грис [пшеничен]; крем карамел; десертни мусове [сладкарски изделия]; пудинги; светъл петмез; домашни тестени изделия, печива; есенции за хранителни продукти [с изключение на етерични есенции и етерични масла]; плодови желета [сладкарски изделия]; закваски; зърнени продукти; смес от зърнени продукти, ядки, сухи плодове [мюсли]; зърнена закуска; зърнени люспи; зърнени люспи [корнфлейкс]; овесени люспи; оризова закуска; замразено кисело мляко [замразени сладкарски глазури]; захар; палмова захар; кристална захар, небетшекер за хранителни цели; захарни сладкарски изделия; какаови напитки; какаови напитки с мляко; чай; чаени напитки; студен чай;

шоколадови напитки; кафе; неизпечено кафе; заместители на кафе; растителни продукти, използвани като заместители на кафе; цикория [заместител на кафе]; напитки от кафе с мляко; напитки, съдържащи кафе; какао; какаови продукти; карамелки [бонбони]; доматен сос; кетчуп [сос]; къри [подправка]; лютива подправка от мариновани зеленчуци; шафран [подправка за ястия]; каперси [маринована подправка]; канела [подправка]; майонеза; маринати; пикантни подправки; сосове за месо; сосове за салати; сгъстители [желиращи агенти] за приготвяне на хранителни продукти; сол за консервиране на хранителни продукти; плевели [подправки за ястия]; подправки; сода за хляб [сода бикарбонат за готвене]; паста от соеви зърна [подправка]; кифла [питка] с пълнеж [сладкарски изделия]; кифли; козунак; козуначени кифли със стафиди; кус-кус; макарони; макаронени изделия [юфка, фиде]; материали за пълнене на кренвирши; мая; мед; прополис [пчелен клей] за хранителни цели; мелничарски продукти от брашно; пшеничено бяло брашно; нишестени храни; овесена храна; овесено брашно; овесена каша с мляко за хранителни цели; ориз; оризов пай [кекс]; хляб; пшеничена пита [анафора, просфора]; пшеничени кълнове за консумация от хора; сандвичи; чийзбургери [сандвичи]; палачинки; пирогви [баницы] от месо, зеленчуци и плодове; пирожки с пълнеж [пай, пирог]; пирожки с пълнеж от месо; пици; петифури [пасти, торти, кексове и други]; плодови кувертюри [сосове]; плодови пити, пайове; плоски фигурки, ромчета [сладкарски изделия]; натурални подсладители; пралини [захаросани сладкарски изделия, предимно ядки]; пуканки; сладкарски изделия; сладкарски изделия за украса на коледни елхи; тесто за сладкиши; сладкиши [торти, кексове, пасти]; сладкиши, пасти, сладки; прахообразни продукти за сладкиши; прахове за сладолед; свързващи агенти за сладолед [ледени глазури за хранителни цели]; сладолед; сухари; тестени изделия; фиде на лентички; фъстъчени сладкарски изделия; халва; царевичен грис; чеснови скилидки [подправка]; чушки [сушени продукти] [червен пипер]; черен пипер; шербети, охладени [лед]; марципан; шоколад, включително шоколадови бонбони.

Клас 32: аперативи, безалкохолни; безалкохолни напитки; безалкохолни плодови екстракти; сиропи за напитки; таблетки за пенливи напитки; прахове за пенливи напитки; безалкохолни плодови напитки; плодови сокове; плодови нектари [безалкохолни]; бадемово мляко [напитка]; бира; малцова бира; трапезни минерални води; води [напитки]; газирана вода; газирана минерална вода; суроватъчни напитки; гроздова мъст [неферментирала]; зеленчукови сокове [напитки]; доматен сок [напитка]; есенции за приготвяне на напитки; шербети [напитки].

Клас 33: алкохолни напитки [с изключение на бира]; алкохолни коктейли; алкохолни есенции; алкохолни екстракти; алкохолни напитки, съдържащи плодове; аперитиви; бренди; вино, включително газирано пенливо вино; вишновка; водка; ракия; ликьори; плодови екстракти с алкохол; ром; спиртни напитки; уиски.

Клас 35: агенции за търговска информация; агенции за внос и износ; управление на търговски сделки, включително и управление на търговски сделки за предлагане на услуги свързани и с продажбата на лекарствени продукти, на медицински изделия и на медицински консумативи, на хранителни добавки, на билки и на лечебни чайове, на хигиенни препарати, на диетични продукти и на бебешки храни, на превързочни материали и на пластири, на дезинфектанти и на други хигиенни и козметично санитарни продукти; набиране на спонсори; организиране на изложби с търговска или рекламна цел; изследвания с търговска цел; изследване на пазара; бизнес оценка за търговска ефективност; връзки с обществеността; възпроизвеждане на документи; изготвяне на статистически данни; издаване на фактури; консултантски услуги в областта на човешките ресурси; набиране на кадри; консултации в областта на търговското ръководство и организация; търговско управление на лицензиране на стоки и услуги за трети лица; икономическо прогнозиране; търговска информация; търговски справки; маркетинг;

систематизиране на информация в компютърна база данни; събиране на информация в компютърни бази данни; управление на компютърни файлове; консултации в областта на организирането на търговията; консултации в областта на търговското управление; насърчаване на продажбите [за трети лица]; представяне на стоки; представяне на стоки на дребно с цел продажба чрез комуникационни средства; групиране на различни стоки (без транспортирането им), включително групирането на лекарствени продукти, на медицински изделия и на консумативи, на хранителни добавки, билки, лечебни чайове, на хигиенни препарати, диетични продукти и на бебешки храни, на превързочни материали и на пластири, на дезинфектанти и на други хигиенни и козметично — санитарни продукти (без транспортирането им) за сметка на трети лица, с цел да се позволи на потребителя да ги види или купи по удобен за него начин, включително он-лайн чрез мрежи и други електронни средства, използвайки електронно превързната в цифров вид информация и чрез електронни медии и по точно посредством уеб сайтове и/или телевизионни програми (телешопинг); предоставяне на търговска информация и консултации за потребителите [търговска консултация в магазините]; административно обработване на поръчки за клиенти; организиране на търговски панаири с търговска или рекламна цел; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; управление на сделки в областта на изкуството; реклама; рекламни агенции; актуализиране на рекламни материали; изготвяне на рекламни рубрики; разпространяване на мостри; он - лайн реклама в компютърна мрежа; отдаване под наем на рекламни съоръжения; отдаване под наем на рекламно време във всички средства за комуникация; отдаване под наем на рекламно пространство и време; публикуване на рекламни текстове; радиорекламирање; разпространение на рекламни материали; разпространение на рекламни материали по пощата [листовки, проспекти, брошури, мостри]; рекламирање на открито; рекламирање чрез афиши; рекламирање чрез пощенски поръчки; рекламирање чрез телевизията; създаване на рекламни текстове; текстообработка; услуги за художествено оформление за рекламни цели; организиране на модни ревюта с промоционална цел; услуги на манекени, свързани с рекламирање и представяне на стоки; поддръждане на витрини; услуги, свързани със сравнение на цени; фотокопирни услуги.

Клас 39: информационни услуги в областта на транспорта; предоставяне на информация за движението на транспортните средства; автомобилен транспорт; автобусен транспорт; болничен транспорт; воден транспорт; въздушен транспорт; доставяне на стоки по пощата; куриерски услуги [съобщения или стоки]; разнасяне на вестници; разнасяне на стоки; разнасяне на колети; разнасяне на съобщения; доставяне на цветя; охранителен транспорт на скъпоценности; пренасяне на багаж; транспортиране на мебели; експедиране на товари; комисионерство при превозване на товари; корабно комисионерство; отдаване под наем на автобуси; отдаване под наем на автомобили; отдаване под наем на летателни апарати; отдаване под наем на гаражи; отдаване под наем на паркинги; паркинги за автомобили; отдаване под наем на плавателни съдове; отдаване под наем на превозни средства с покрити багажници; отдаване под наем на сухопътни превозни средства; отдаване под наем на състезателни коли; отдаване под наем на самолетни двигатели; отдаване под наем на инвалидни колички; придружаване на пътници; транспортиране на пътници; пътнически транспорт; пътнически резервации; резервация на места за пътуване; организиране на екскурзии; разглеждане на забележителности [туризъм]; лодки за екскурзия; организиране на морски пътувания; морски транспорт; речен транспорт; наемане на кораби за превоз на стоки; съхраняване на плавателни съдове; пакетиране на стоки; превозване на стоки; опаковане на стоки;

информационни услуги в областта на складирането; складиране; складиране на стоки; отдаване под наем на камери за дълбоко замразяване; отдаване под наем на фризери; отдаване под наем на хладилници; отдаване под наем на складове за стоки; отдаване под наем на складови контейнери; спасяване на имущество, стоки; спасителни операции [транспорт]; материално съхраняване на носители на данни или на електронно съхранени документи; транспорт; таксиметров транспорт; транспортна логистика; транспортиране и складиране на отпадъци; транспортиране с бронирани автомобили; транспортни резервации; транспортно комисионерство; услуги по преместване, пренасяне; фериботен транспорт; франкиране на пощенски пратки; шофьорски услуги

Клас 43: ресторанти; ресторанти на самообслужване; пицарии; закусвални; столове; барчета; кафенета; обслужване на бар; отдаване под наем на зали за срещи; отдаване под наем на столове, маси, покривки за маса и стъклени съдове; отдаване под наем на готварски уреди; отдаване под наем на апаратура за осветление, различна от тази за театрални декори или телевизионни студия; приготвяне и доставка на храни и напитки; хотели; мотели; туристически домове, хижи; пансиони; бюра за настаняване [хотели, пансиони]; ваканционни лагери [настаняване]; предоставяне на временен подслон; резервации за временен подслон; резервации за хотели; резервации за пансиони; осигуряване условия за къмпинг; отдаване под наем на палатки.

Библиографските данни за марката включват следното изображение:



Опозицията се основава на следните по-ранни марки на ЕС:

- ALDI, словна с №012749578, с дата на заявяване 31.03.2014 г. регистрирана на 14.07.2020 г. за стоки и услуги от класове 3, 4, 7, 9, 16, 24, 28, 31, 34, 35, 36, 38, 39, 41, 42 и 43 на МКСУ;
- ALDI, словна с №[ЕИК], с дата на заявяване 27.12.2000 г. регистрирана на 14.04.2005 г. с признато старшинство за Република България от 13.06.2002 г. за стоки от класове 3 и 16 и с действие за територията на България от 01.01.2007 г. за стоки от класове 3, 4, 9, 16, 24, 25, 29, 30, 31, 32, 33 и 34 на МКСУ.

С решение от 29.11.2021 г. съставът по опозиции е уважил изцяло подадената опозиция, като е постановил решение, с което е отказана регистрацията на марка по заявка № 135392 "ALDO", комбинирана за всички стоки и услуги на МКСУ, за които търси закрила. За да достигне до този извод съставът, е констатирал, че между стоките и услугите на сравняваните марки е налице сходство и идентичност, като марките са сходни в достатъчна степен за да обосноват наличието на вероятност за объркване на потребителите.

В хода на производството по опозиция, опонентът, по искане на заявителя е представил доказателства за използването на неговата по-ранна марка на ЕС с №[ЕИК] ALDI, словна

в релевантния петгодишен период от 19.01.2010 г. - 19.01.2015 г. във връзка със стоките и услугите, за които е регистрирана марката. Изводът на опозиционният състав е, че от представените материали, в своята съвкупност, не е могло да се направи еднозначен и обоснован извод за използването на марка ALDI от опонента или от свързани с него лица, за стоките, за които марката е регистрирана от класове 3, 4, 9, 16, 24, 25, 29, 30, 31, 32, 33 и 34 на МКСУ. Предвид това опозицията, подадена във връзка с по-ранното право върху тази марка е оставена без уважение. Решението в тази си част не е обжалвано от опонента. Другата противопоставена марка ALDI, словна с №[ЕИК] не е подлежала на доказване на реално използване в рамките на производство по опозиция, тъй като не е бил изтекъл гратисният период след регистрацията на същата. Съставът по опозиция е извършил анализа за сходство и идентичност на стоки и услуги и този за сходство и идентичност на знаците на база сравнението с марка с №[ЕИК] ALDI, словна. В обжалваното решение на опозиционния състав е извършено сравнение между стоките от класове 29, 30, 32 и 33 на МКСУ на атакуваната марка с услугите от клас 35 на МКСУ на по-ранната марка на опонента. Изводът на опозиционния състав е бил за наличие на сходство в средина степен между стоките от класове 29 и 30 на МКСУ с услугите на по-ранната марка, и сходство в ниска степен с различните видове напитки, заявени в класове 32 и 33 на МКСУ. Между противопоставените марки е установено, че е налице визуално и фонетично сходство, а по отношение на семантиката на марките не е извършен анализ тъй като е прието, че същите представляват фантазийни думи. Въз основа на горното, опозиционният състав е достигнал до извода, че е налице вероятност за объркване на потребителите, вкл. възможност за свързване с по-ранната марка, т.е. потребителите могат да приемат, че стоките и услугите, за които е установено наличие на идентичност и сходство, произхождат от едно и също или икономически свързани лица.

Предвид това, съставът е достигнал до извод, че кумулативният фактически състав на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО е изпълнен, поради което е уважил подадената опозиция, като е отказал регистрацията на заявената марка за идентичните и сходни стоки и услуги. В законоустановения срок, заявителят в производството по опозиция № BG/E/2016/1319541/29.02.2016 г. TRANSCOMMERCE S.A. е обжалвал решението.

За разглеждане на жалбата с вх. № BG/N/2015/135392-[24]/10.01.2022 г. Председателя на Патентното ведомство със Заповед № 3-826-[1]/15.11.2023 г. е назначил състав. Съставът се състои от председател - И. Г. и членове - Н. А. и Ц. Н.. С тази заповед се отменя предходната Заповед № 3-12-[1]12.01.2022 г. Съставът е изготвил становище, подписано от членовете на 12.01.2023 г.

С уведомление постъпилата жалба е изпратена на представителя на Алди ГмбХ енд Ко.КГ - лицето подало опозиция № BG/E/2016/1319541/29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 135392/19.01.2015 г., като му е указано, че в едномесечен срок от получаване на уведомлението има право да изрази становище по нея. В рамките на предоставения срок, чрез надлежно упълномощен представител по индустриална собственост, е депозиран отговор. В отговора са изложени подробни твърдения срещу жалбата, като се посочва, че решението на състава по опозиции е правилно и издадено в съответствие със закона. Предвид това се иска същата да бъде оставена без уважение, а решението на състава по опозиции да бъде потвърдено, като регистрацията на заявената марка бъде отказана.

С уведомление № BG/N/2015/135392-[30]/12.04.2022 г. отговорът на Алди ГмбХ енд Ко.КГ

е изпратен на TRANSCOMMERCE S.A., като му е предоставен срок за становище по същия. В рамките на предоставеният срок е постъпило становище, с което подробно се оспорват твърденията в отговора по жалбата. По същество становището не съдържа нови факти и обстоятелства от значение за спора, поради което същото е изпратено на представителя на Алди ГмбХ енд Ко.КГ за сведение.

В мотивите на обжалваното Решение №РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на Председателя на Патентно ведомство е прието, че всички заявени за регистрация стоки от класове 29, 30 на МКСУ на атакуваната марка могат да бъдат определени като вид храна. Между подробно изброените стоки в тези класове и услугите на по-ранната марка, които са свързани с търговията и предлагането на храни е установена връзка. Отчетено е наличието на фактори като допълване, канали на разпространение, съответния кръг потребители и начина на използване. При сравнението на услугите за продажба на дребно в магазини на всички видове хранителни стоки, каквито са услугите защитени с по-ранната марка, с различни видове храни, попадащи в класове 29, 30 е установено сходство предвид това, че стоките са идентични със стоката, предмет на услугите, а именно храни. Следователно услугите за продажба на дребно и стоките, обхванати от атакуваната марка, са определени като допълващи се. В този случай е прието, че услугите от клас 35 на МКСУ са важни за предоставянето до крайните потребители на стоките от класове 29, 30 на МКСУ. Това е дало основание на административния орган да намери сходство между „услуги за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни“ и „функциониране на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини за търговия с намалени стоки за храни“ в клас 35 на МКСУ на по-ранната марка с всички подробно изброени стоки от класове 29 и 30 на МКСУ. Направена е преценка за вероятността за объркване на потребителите, като по отношение на стоките от класове 29 и 30 на МКСУ и услугите от Клас 35 на МКСУ на по-ранната марка е прието, че ниската степен на сходство между някои от стоките с услугите на по-ранната марка се компенсира с визуално и фонетично сходство във висока степен между знаците. Сравнението между услугите от клас 35 на атакуваната марка с тези, от същият клас на по-ранната марка, е довело до извода, че всички заявени услуги в клас 35 на атакуваната марка се определят за идентични на услугите от по-ранната марка, като заявената марка съдържа услуги, цитирани с идентични или синонимни термини, както и такива, които спадат към категориите на услугите в сферите на рекламата, управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност, които са идентични и сходни тези от по-ранната марка, които могат да бъдат определени също като идентични на услугите на по-ранната марка, защото се отнасят към тях като част към цялото. По отношение на услугите от клас 39 на МКСУ на атакуваната марка, сравнени с тези от същият клас на по-ранната марка се считат за идентични и по-ранната марка се ползва със закрила за тези услуги. Заявените за регистрация услуги от клас 43 са подробно изброените в азбучния списък, състоящи се от голям набор услуги, докато закрилата на по-ранната марка е със заглавието на клас 43 - „Ресторантьорство; Временно настаняване.“. Предвид това е прието, че по-ранната марка, се ползва със закрила за тези услуги от азбучния списък на класа, които очевидно попадат в обхвата, покрит от буквалното тълкуване на значението на термините, включени в нейната закрила. Всички заявени услуги от клас 43 на атакуваната марка, които представляват услугите от азбучния списък на клас 43, се приемат за идентични на услугите от клас 43 на по-ранната марка, тъй като се приема, че попадат сред услугите, обхванати от общите

указания от заглавието на класа от по-ранната марка клас 43: „Ресторантьорство; Временно настаняване.“. По тези съображения по отношение на стоките от клас 29 и 30 и услугите от клас 35, 39 и 43 на МКСУ жалбата е приета за неоснователна, а обжалваното решение в тази част за правилно и законосъобразно, поради което жалбата е оставена без уважение на основание чл.75, ал.10, т.5 от ЗМГО.

По отношение на заявените стоки в клас 32 и клас 33 е прието, че няма как да се причисляват към категорията на „храна“, съгласно смисловото съдържание на думата. Това разбиране е установено, доколкото напитките служат за задоволяване на различни потребности от храните, като основна функция на напитките е утоляване на жаждата. Посочено е, че някои от тях съдържат и хранителни вещества, но това не е достатъчно за да се направи връзката между тях и храните като най-общо казано, поради което не се установява и идентичност между напитките и храните. Приет е извода, че напитките не принадлежат към категорията на „храната“, макар и някои от тях да имат хранителна стойност. По тези съображения е заключено, че стоките от клас 32 и 33 включващи различни видове напитки на заявената марка не са идентични със стоките „храни“. Като извод от това не може да се установи и сходство между услугите „услуги за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни; “ и услугите „ функциониране на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини за търговия с намалени стоки за храни“, в клас 35, на по-ранната марка със съответните стоки от класове 32 и 33 на заявената марка. Сходство на стоките от клас 32 и 33 не е установено и с останалите стоки и услуги на по-ранната марка.

При сравнението на атакуваната и по-ранната марка е установено визуално сходство на знаците, доколкото същите споделят идентична последователност на по-голямата част от буквите в състава на думите, а именно „ALD“. Анализът показва, че три от общо четири букви в състава на противопоставените марки са идентични, като освен това са разположени и на едни и същи места в началото на думите. Предвид това, между сравняваните марки е налице визуално сходство във висока степен. Разликата в последната буква „О“ при процесната марка и „I“ при по-ранната се отчита, като същата според административния орган не може да доведе до извод за по-ниско от констатираното визуално сходство.

По отношение на фонетичното сходство на марките са установени идентични три звука в началото, разположени в идентична последователност, като различните звуци само в края на сравняваните думи водят до заключението, че е налице фонетично сходство във висока степен.

Административният орган е приел, че не може да бъде направена смислова съпоставка между марките в конфликт, тъй като са фантазийни думи, неприсъстващи в речниковия състав на нито един от най-разпространените европейски езици.

При така извършения анализ е изведено заключение, че е налице вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване на заявената марка с по-ранните марки по отношение на стоките и услугите, за които се установи идентичност и сходство. По отношение на стоките от клас 32 и 33 на МКСУ, за които не е установена идентичност и сходство с тези на по-ранната марка не е налице вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване на заявената марка с по-ранните марки.

По изложените съображения обжалваното решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции срещу регистрацията на марка с вх. № 135392 „ALDO“, комбинирана, с което е

отказана регистрацията на марката за стоките от класове 32 и 33 на МКСУ е отменено и преписката е върната за продължаване на производството по регистрацията по отношение на посочените стоки.

По отношение на останалите стоки от клас 29 и 30 и услугите от клас 35, 39 и 43 на МКСУ, жалбата срещу решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции срещу регистрацията на марка с вх. № 135392 "ALDO", комбинирана, е приета за неоснователна, поради което е оставена без уважение на основание чл.75, ал.10, т.5 от ЗМГО.

В настоящото производство е допусната и приета съдебно-маркова експертиза. По отношение на първия въпрос експертът е заключил, че е налице сходство между стоките от класове 32 и 33 на МКСУ, за които е заявена по-късната марка и услугите от клас 35 на по-ранната марка, по-специално „Услуги за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни....; Функциониране на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини с намалени стоки за храни“, тъй като те се предлагат на едни и същи места и имат едни и същи потребителски кръгове. По отношение на въпроса „Налице ли е наличие на сходство между услугите от клас 43 на регистрираната по-ранна марка на ЕС[ЕИК] ALDI „Ресторантьорство“ и заявените стоки със заявка за марка с вх. № 135392 ALDO в класове 32 и 33: - Предлагат ли се на едни и същи места; - Взаимно допълващи ли са съответните стоки и услуги.“ е отбелязано от експерта, че по-ранната марка на ЕС[ЕИК] ALDI е регистрирана за хединга на клас 43. Съгласно обяснителните бележки към МКСУ клас 43 „Ресторантьорство и временно настаняване“ обхваща услуги, извършвани във връзка с приготвяне на храни или напитки за консумация, както и временно настаняване. Съгласно МКСУ ресторантьорството обхваща различни услуги, някои от които касаят стоките от класове 32 и 33 на МКСУ - например в клас 43 са посочени „Обслужване на бар, Отдаване под наем на автомати (диспенсери) за питейна вода, Отдаване под наем на работи за приготвяне на напитки, Приготвяне и доставка на храни и напитки, кетъринг, Услуги на барчета, Услуги на закусвални, Услуги на кафенета, Услуги на ресторанти, Услуги на столова“ и др. Експерта намира, че ресторантьорството е бизнес и професионална дейност, свързана с предоставянето на храни и напитки на клиентите, като то обикновено се извършва в заведения като ресторанти, столове, кафенета, барове и други. То обхваща не само доставката, съхраняването, приготвянето и сервирането на храна и напитки, но и цялостната организация на обслужването, мениджмънта на персонала, маркетинга, финансовото управление, както и създаването на подходяща атмосфера за клиентите. То включва още : 1. Доставка и съхраняване на храни и напитки. 2. Меню и предлагане на храни и напитки, 3. Обслужване, 4. Управление на заведенията, 5. Маркетинг и реклама, 6. Качество и безопасност на храните. По отношение на стоките от клас 32 и 33 е отбелязано, че клас 32 обхваща безалкохолни напитки и други продукти като минерални води, плодови сокове, енергийни напитки, газирани напитки и други видове освежаващи напитки. Тези стоки обикновено се предлагат в ресторанти, кафенета и барове, но основната им употреба е да бъдат консумирани като напитки без алкохолно съдържание. В клас 33 са включени алкохолни напитки, като вино, бира, спиртни напитки (ракия, водка, уиски и т.н.), които също се предлагат в ресторантите, баровете и други заведения за обществено хранене. Те са част от напитките, които се сервират на клиенти, и често се комбинират с храна. В заключение е прието наличие на сходство между стоките от класове 32 и 33 на МКСУ (безалкохолни и алкохолни напитки) и услугите по ресторантьорство от клас 43, тъй като

те се предлагат на едни и същи места - ресторанти, барове, столове, закусвални и др. подобни заведения. Същевременно те са и взаимно допълващи се стоки и услуги, тъй като предлагането на разнообразни алкохолни и безалкохолни напитки е важна част от цялостната услуга и обслужване в ресторантите и други подобни заведения за обществено хранене. Те се комбинират, за да създадат по-богато изживяване за клиентите и да удовлетворят различните им потребности и предпочитания.

По отношение на назначената и приета в настоящото производство експертиза съдът приема, че заключението на същата следва да бъде ценено само в частта, в която на съда са необходими специални знания, с каквито не разполага, съобразно разпоредбата на чл.195, ал.1 ГПК. Преценката дали са налице критериите за определяне на сходство между стоките и услугите и изводът дали същите са сходни са правни изводи, които съдът следва да изведе на основание собствената си преценка.

При така установеното от фактическа страна, настоящия съдебен състав на АССГ, като извърши цялостна проверка за законосъобразността на оспорения индивидуален административен акт на всички основания по чл. 146 от АПК, по реда на чл. 168, ал. 1 от АПК, достигна до следните правни изводи:

Жалбата е подадена в срока по чл.84, ал.1 ЗМГО и от надлежна страна, против подлежащ на съдебен контрол акт. Доколкото оспореното решение е издадено на 05.12.2023 г., а жалбата е подадена на 26.01.2024 г., следва извода, че е спазен двумесечният срок по чл.84, ал.1 ЗМГО.

Разгледана по същество, жалбата е основателна.

Предмет на оспорване е Решение №РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на Председателя на Патентно ведомство, в частта, в която е отменено решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, постановено по опозиция с вх. №BG/E/2016/1319541 от 29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. №135392 „ALDO“.

Оспореният в настоящото производство акт попада в хипотезата на чл.75, ал.10 ЗМГО. Съгласно ал.11 на същия текст решението се взема от председателя на Патентното ведомство или от оправомощен от него заместник-председател в двумесечен срок от приключването на размяната на кореспонденция между страните. Компетентността на издателя на процесното решение – Председателя на ПВ, произтича от посочената норма на ЗМГО, поради което съдът намира, че същото не страда от порока по чл.146, т.1 АПК.

Решението е издадено в изискуемата писмена форма и съдържа всички реквизити по чл.59, ал.2 АПК, доколкото в специалния закон липсват конкретни изисквания в тази насока – наименование на органа, който го е издал; наименование на акта; адресат на акта; фактически и правни основания за издаването му; разпоредителна част; указания за реда и срока на обжалване; подпис на лицето, издало акта с означаване на заеманата от него длъжност. Предвид това не е налице отменително основание по чл.146, т.2 АПК.

Съдът счита, че при издаването му не са допуснати нарушения на административнопроцесуалните правила, установени в Раздел VIII от ЗМГО. Производството по жалби срещу решения на състави по опозиции се развива по реда на чл.75, ал.5 и следващите от ЗМГО. На основание чл.69, ал.1, т.3 ЗМГО заявителят на марка с вх. № 135392 „ALDO“, комбинирана, иска отмяна на решението на състава по опозиция. При депозирана жалба срещу решение на състав по опозиции по чл.69 от същия закон компетентен да разгледа жалбата е състав по споровете. Със Заповед № 3-826-[1]/15.11.2023 г. Председателя на Патентното ведомство е назначил състав от двама държавни експерти по смисъла на чл.64 и един юрист, съгласно правилото на

чл.69, ал.2 от ЗМГО. Извършена е проверка за допустимост и формална редовност на жалбата по реда на чл.73, ал.1 ЗМГО. След приключването на проверката за допустимост и формална редовност на жалбата по чл.69, ал.1, т.3 единият екземпляр на жалбата е предоставен на жалбоподателя за отговор в едномесечен срок /л.117 по делото/. В рамките на предоставения срок чрез надлежно упълномощен представител по индустриална собственост е депозиран отговор. Отговорът е изпратен на TRANSCOMMERCE S.A., като му е предоставен срок за становище по същия. В рамките на предоставения срок е постъпило становище /л.156 от делото/, с което подробно се оспорват твърденията в отговора по жалбата. От състава по споровете е изготвено становище за взимане на решение. По тези съображения, настоящият съдебен състав счита, че при издаване на решението не са допуснати нарушения на административнопроцесуалните правила, установени в чл.75, ал.5 и сл. от ЗМГО, които да бъдат определени като съществени и които да мотивират неговата отмяна. На всяка от страните в производството е даден достатъчен и законоустановен срок да вземе становище по исканията и възраженията на другата страна, а в тяхната съвкупност са обсъдени от административния орган в процесното решение.

По отношение на приложението на материалния закон, настоящият съдебен състав намира следното:

Член 52, ал.1 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 ЗМГО забранява регистрацията на марка, идентична или сходна на по-ранна марка, при наличие на следните кумулативно изискуеми предпоставки: 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-ранната марка за стоките и услугите, за които се отнасят марките, е налице идентичност или сходство между стоките или услугите на атакуваната и по-ранната марка, идентичност или сходство между марките в конфликт 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.

По делото не е спорно, че от страна на Алди ГмбХ енд Ко.КГ е налице по-ранно право върху марката ALDI, словна с №012749578, с дата на заявяване 31.03.2014 г. регистрирана на 14.07.2020 г. за стоки и услуги от класове 3, 4, 7, 9, 16, 24, 28, 31, 34, 35, 36, 38, 39, 41, 42 и 43 на МКСУ, спрямо заявената за регистрация марка, вх. № 135392 "ALDO", комбинирана, от "АЛДО ХОЛДИНГ" ЕООД. По-късно заявената марка е прехвърлена на TRANSCOMMERCE S.A. Trust Company Complex, Aj el take road, Ajeltake Island, Majuro, MH 96960, М. острови. Марката е заявена на 19.01.2015 г. за стоки и услуги от класове 29, 30, 32, 33, 35, 39, 43 на МКСУ.

Срещу заявката за регистрация на марката е подадена опозиция вх. № BG/E/2016/1319541/29.02.2016 г от името на Алди ГмбХ енд Ко.КГ, чрез представител по индустриална собственост Е. М. срещу всички стоки услуги, за които се търси закрила. Подадената опозиция е приета за основателна с решението на състава по опозиции,

вследствие на което е отказана регистрацията на марка с вх. №135392/19.01.2015 г. на основание чл.12, ал.1, т.2 ЗМГО по отношение на всички стоки и услуги, за които е заявена. С оспореното в настоящото производство решение на Председателя на Патентно ведомство решението на състава по опозиция е отменено в частта по отношение на всички стоки в клас 32 и 33 на МКСУ и е върнато за продължаване на производството по заявката за регистрация. Следователно спорният по делото въпрос, е относно наличието на сходство между стоките на атакуваната марка от класове 32 и 33 от МКСУ от една страна, като Клас 32 обхваща основно безалкохолни напитки и продукти като бира, минерални води, плодови сокове, енергийни напитки, газирани напитки, както и други различни видове освежаващи напитки а Клас 33 включва алкохолни напитки, като вино, спиртни напитки - ракия, водка, уиски и т.н., и услугите в клас 35: Услуги за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни; функциониране на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини за търговия с намалени стоки за храни, както и услугите в клас 43: Ресторантьорство от марка на Европейския съюз рег. №012749578 „ALDI“

Основните фактори за оценка на сходство между стоките са: естество; предназначение; начин на използване; дали са допълващи се или конкуриращи се. Други фактори за сравнение са: канали за разпространение; съответен кръг потребители; обичаен търговски произход; принципно поведение на потребителите; общоизвестни факти. В съдебната практика на Съда на ЕС по делото C. (29/09/1998, C-39/97, C., EU:C: 1998:442) е прието, че при оценяване на сходството на стоки следва да се вземат предвид всички относими фактори, свързани със самите стоки и услуги и съобразени със спецификата на конкретния случай. По своето естество стоките са различни от услугите, защото са материални предмети, докато услугите представляват дейности, които се предоставят за трети лица. Въпреки това, стоките и услугите могат да бъдат свързани, взаимно зависими или допълващи се, което дава основание да бъдат определяни като сходни.

Когато дадена стока е от особено значение за осигуряването на дадена услуга съществува допълваща се връзка и свързаност. Също така стоки или услуги попадащи в един клас, могат да се разглеждат като сходни стоки или услуги, намиращи се в друг клас. Няма значение дали стоките и услугите са от различни класове, а се взема под внимание тяхното сходство по отношение на факторите за сравняване.

При сравняване на стоките от клас 32 и клас 33 с услугите на опонента от клас 35 съдът приема следното: Услугата „търговия на дребно“ обикновено се определя като действие или бизнес, свързан с продажба на стоки в относително марки количества за лична употреба. Тази услуга обаче не се състои само в продажбата на стоки, но и в предоставянето на услугите, свързани с действителната продажба на стоките. Услугите за търговия на дребно позволяват на потребителите са задоволят различни нужди от пазаруване на едно място и са обикновено насочени към общия потребител. Те могат да се провеждат на фиксирано място, например в магазин, супермаркет, бутик или павилион или под формата на магазин за търговия на дребно, например чрез интернет, по каталог или по пощата. Принципно услугите по търговия на дребно не се приемат за сходни на каквито и да е стоки, които могат да бъдат продавани на дребно. Въпреки това би могло да е налице сходство между услуги за търговия на дребно с конкретно изброени стоки и конкретни стоки, когато самите стоки представляват съществен фактор за осъществяване на услугите, който трябва да се вземе предвид. Степента на сходство зависи от това доколко съществува сходство между самите стоки, които са обект на

услугата, и стоките, с които се сравняват. Когато стоките, обхванати от услугите на дребно и специфичните стоки, обхванати от другата марка са идентични, се определя средна степен на сходство между услугите и самите стоки, т.е. те също следва да са абсолютно същите стоки или да попадат в естествения и обичайния смисъл на категорията стоки, за които се отнасят услугите. Ниска степен на сходство между услугите за търговия на дребно по отношение на конкретни стоки и други специфични сходни или силно сходни стоки може да е налице при тясна връзка между тях на пазара от гледна точка на потребителя. Наличие на макар и ниска степен на сходство между стоките, продавани на дребно и самите стоки също е достатъчно, за да доведе до констатация за ниска степен на сходство между услугите, свързани с търговията на дребно при условие, че съответните стоки обикновено се предлагат за продажба в същите обекти, специализирани магазини или в същите секции на универсални магазини или супермаркети, принадлежат към същия пазарен сектор и следователно представляват интерес за същия потребител. В тази връзка в обхвата на закрила на поранната марка е търговията на дребно с храни, на които следва да се направи тълкуване, за да се прецени сходството му с напитките от класове 32 и 33. Или следва да се направи преценка дали в между стоките, включени в понятието „храни“ и безалкохолните и алкохолни напитки е налице сходство. Настоящият съдебен състав намира, че такова е налице. До този извод се стига, тъй като тези стоки се предлагат на едни и същи места. Местата на предлагане на стоките от класове 32 и 33 това са супермаркетите, хранителните магазини на едро и дребно, бакалии, малки квартални магазини, а също и в магазините с намалени стоки за храни. Стоките от тези класове се разпространяват също и чрез различни он-лайн платформи, като поръчки по интернет, телефон и/или други средства за комуникация между потребителя и доставчика. Стоките от посочените класове обикновено се съхраняват в едни и същи складове и се разпространяват от едни и същи дистрибутори т.е. към тях се прилагат едни и същи услуги по отношение на складирането и дистрибуцията им.

Стоките от класове 32 и 33 и храните са насочени към едни и същи релевантни потребители. Предвид характера на тези стоки и предназначението им за ежедневна употреба, техен потребител е масовият потребител. Съответно на посочените места на предлагане на стоките от класове 32 и 33 се предлагат и съпътстващи услуги за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни....; Функциониране на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини с намалени стоки за храни“.

По отношение на способите на предлагане това са директните продажби в супермаркетите, хранителните магазини на едро и дребно, в магазините с намалени стоки за храни, в ресторантите, кафенетата, баровете и др. подобни заведения. Стоките от класове 32 и 33 се предлагат и индиректно - чрез специализирани разпространители след поръчки по интернет, телефон, е-мейл и т.н., при което обаче трябва да се спазват определени регулации най-вече с възрастта на клиентите.

Между услугите за търговия на дребно, също и чрез интернет, относно храни...“ и функционирането на супермаркети, магазини за търговия на дребно и магазини с намалени стоки за храни продажба на храни на дребно и едро и продажбата на безалкохолни и алкохолни напитки съществуват още сходства. Съвместното директно предлагане на такива стоки и услуги, свързани с тях е особено характерно за по-малките населени места. Стратегиите за маркетинг често са сходни, като се използват промоции, рекламни кампании и клиентски лоялни програми. Всяка по-голяма или по-малка верига

от магазини, дори и при наличието на само един магазин, извършва реклама на своите услуги и стоки, като това е характерно най-вече за хранителните стоки и напитките - алкохолни и безалкохолни.

Предвид изложеното съдът приема, че между стоките, продавани на дребно от опонента и включени в понятието „храни“ и безалкохолните и алкохолни напитки е налице сходство, макар и в ниска степен, което обаче е достатъчно, за да доведе до извод за ниска степен на сходство между процесните услуги по клас 35, свързани с търговия на дребно, тъй като храните и напитките се предлагат да продажба в същите обекти, принадлежат към същия пазарен сектор и представляват интерес за същия потребител. Наличието на сходство, макар и в ниска степен, е достатъчно, за да обуслови отказ за регистрация на марката.

При сравняване на стоките от клас 32 и клас 33 с услугите на опонента от клас 43 съдът намира, че също е налице сходство. Това е така, защото стоките от клас 32 и 33 (безалкохолни и алкохолни напитки) се предлагат на един и същи места, където се извършва ресторантьорска дейност и се предлагат съответните услуги, свързани с тази дейност. Освен това услугите по ресторантьорството и стоките от клас 32 (безалкохолни напитки) и клас 33 (алкохолни напитки) са взаимно допълващи се с услугите, предоставяни в заведенията за обществено хранене. Стоките и услугите са допълващи се когато между тях има тясна връзка, в смисъл, че едните са необходими или важни за използване на другите, в резултат на което потребителите могат да мислят, че едно и също предприятие е отговорно за производството на тези стоки. В случая това е така, тъй като безалкохолните и алкохолните напитки са част от цялостното обслужване, защото в ресторантите се предлага храна, като безалкохолните напитки (клас 32) и алкохолните напитки (клас 33) са естествено допълнение към нея, като предоставят разнообразие от възможности за избор на клиентите. В зависимост от вида на заведението (например ресторант, бар или кафене), предлагането на безалкохолни и алкохолни напитки е част от цялостното клиентско изживяване. В баровете алкохолните напитки са основен продукт, но безалкохолните напитки също се предлагат, за да отговорят на предпочитанията на всички клиенти. Това прави стоките взаимно допълващи се, тъй като предлагането на разнообразие от напитки повишава удовлетвореността на посетителите. В ресторантьорството тези стоки често се предлагат в пакети или като част от специални предложения (например "меню с вино", "комбинирана оферта с напитки"), което показва тяхната взаимна допълняемост и важност за общата услуга. Включването както на безалкохолни, така и на алкохолни напитки в менюто на ресторанта или бара помага на заведенията да обхванат по-широк кръг клиенти с различни предпочитания. Следователно налице е сходство между стоките от класове 32 и 33 на МКСУ (безалкохолни и алкохолни напитки) и услугите по ресторантьорство от клас 43, тъй като те се предлагат на едни и същи места - ресторанти, барове, столове, закусвални и др. подобни заведения. Същевременно те са и взаимно допълващи се стоки и услуги, тъй като предлагането на разнообразни алкохолни и безалкохолни напитки е важна част от цялостната услуга и обслужване в ресторантите и други подобни заведения за обществено хранене. Те се комбинират, за да създадат по-богато изживяване за клиентите и да удовлетворят различните / им потребности и предпочитания.

Изложеното до тук обосновава извод, че сравняваните марки са сходни, поради което с регистрацията на заявената марка се създава вероятност от объркване на

потребителите, включително чрез свързване с по-ранната марка. Налице са предпоставките на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО. Като е приел противното, Председателя на Патентно ведомство е издал незаконосъобразно решение, в противоречие на материалния закон. Предвид това същото, в частта, в която е отменено решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, постановено по опозиция с вх. №BG/E/2016/1319541 от 29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. №135392 „ALDO“, следва да се отмени и да се върне за ново произнасяне от Председателя на Патентно ведомство в тази му част.

При този изход на делото основателно се явява своевременно направеното от процесуалния представител на оспорващото дружество искане за присъждане на разноски. От доказателствата по делото се установява, че е заплатена държавна такса в размер на 50 лева, както и депозит за назначената експертиза в размер на 500 лева. Предвид това Патентно ведомство следва да бъде осъдено да заплати на оспорващото дружество разноски в общ размер на 550 лева.

Водим от гореизложеното и на основание чл.172, ал.2, Административен съд София-град, II отделение, 52-и състав,

Р Е Ш И:

ОТМЕНЯ Решение №РС-214-[1] от 05.12.2023 г. на Председателя на Патентно ведомство, в частта, в която е отменено решение от 29.11.2021 г. на състав по опозиции, постановено по опозиция с вх. №BG/E/2016/1319541 от 29.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. №135392 „ALDO“.

ВРЪЩА преписката в тази част за ново разглеждане и произнасяне на Председателя на Патентно ведомство, съобразно задължителните указания на съда по приложението на материалния закон, дадени в мотивите на настоящото решение.

ОСЪЖДА Патентно ведомство на Република България да заплати на Алди ГмбХ енд Ко.КГ, Германия деловодни разноски в размер на 550 /петстотин и петдесет/ лева.

Решението подлежи на обжалване пред ВАС в 14-дневен срок от уведомяване на страните, на които на основание чл.138, ал.3 АПК да се изпрати препис от същото.

СЪДИЯ: