

# РЕШЕНИЕ

№ 16957

гр. София, 04.05.2026 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

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

**СЪДИЯ: Ивета Стефанова**

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

Производството е по реда на чл. 145 и сл. от Административнопроцесуалния кодекс (АПК), вр. с чл. 84, ал. 1 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).  
Образувано е по жалба от „Юробанк България“ АД против Решение № РС-196-[1] от 21.10.2024 г. на председателя на Патентно ведомство в частта, с която е отменено решение от 19.12.2022 г. на състава по опозиции и преписката е върната за повторно разглеждане. По поддържаните оплаквания за процесуална и материална незаконосъобразност на атакувания административен акт се иска отмяната му, решаване на спора по същество и присъждане на деловодните разноски. Ответникът - председателят на Патентно ведомство (ПВ/Ведомството), оспорва жалбата. С отричащи основателността ѝ доводи, моли да бъде отхвърлена. Претендира юрисконсултско възнаграждение. Възразява срещу размера на заявления от жалбоподателя адвокатски хонорар. Заинтересованата страна Nexi Payments S.p.A. (Некси Пеймънтс), Италия, поддържа становище за неоснователност на оспорването. Моли да ѝ се присъдят разноските по делото.

Жалбата е допустима, но неоснователна.

„Юробанк България“ АД е сезирало Патентно ведомство на 23.08.2021 г. със заявка № 163696 за регистрация на търговска марка “smart POS by Postbank” – комбинирана, за стоки и услуги от класове 9, 35, 36, 38 и 42 на МКСУ.

Срещу заявената регистрация е подадена опозиция от Некси Пеймънтс в качеството му притежател на марки на Европейския съюз №[ЕИК] SmartPos и №[ЕИК] NEXI SmartPos – словни, аргументирана с идентичност или сходство на стоките и услугите, означавани с атакуваната и с противопоставимите марки, значително сходство между съпоставяните търговски знаци и вероятност от объркване на потребителите – предпоставки по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО.

Подадената опозиция е оставена без уважение с решение от 19.12.2022 г. на състава по опозиции, обжалвано от дружеството - опонент. Предвид отказа от право върху марка на ЕС №[ЕИК] NEXI SmartPos, предметът на спора пред Патентно ведомство е ограничен до твърдения конфликт на заявената национална комбинирана марка със словната по-ранната марка на ЕС №[ЕИК] SmartPos.

Със заключителния за административното производство акт в оспорената му част председателят на Патентно ведомство е отрекъл правилността на решението по чл. 57, ал. 9, т. 1 ЗМГО на състава по опозиции по отношение на опозицията срещу регистрацията на спорната марка за всички стоки и услуги от класове 9, 38 и 42 на МКСУ и за конкретно изброените услуги от клас 36, с изведени от забраната по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО мотиви. Според преценката на решаващия орган продуктовете категории от класове 9, 38, 42 и услугите от клас 36 на МКСУ (без услугите „сделки с недвижимо имущество; посреднически услуги при сделки с недвижимо имущество; финансови оценки (недвижимо имущество)“) на заявената марка са идентични или сходни със стоките и услугите от класове 36 и 38 на МКСУ на по-ранната марка. Въз основа на аналитична съпоставка на елементите на комбинирания знак и словната марка е формиран извод за средна степен на фонетична и смислова прилика и за визуална близост в ниска степен между двата знака. При изследването на въпроса за вероятността от объркване, освен горните фактори, е отчетено вниманието на релевантния кръг потребители, сметено за вариращо в широки граници, относително ниската присъща отличителност на по-ранната марка и цялостното впечатление, което атакуваният знак създава у потребителите, бидейки изграден от фирменото наименование и обозначаването на линия от продуктово портфолио на съответния икономически субект. Становището за неповлияно от степента на отличителност на общия им елемент засилено сходство между противопоставените обекти на защита е обосновано със съдържателното и композиционно представяне на заявения комбиниран знак, водещо до възприемането му от потребителите като съдържащ две марки – „Postbank“ (основна) и „smart POS“ (допълваща). Изхождайки от пълното съвпадение в елемента, от който е съставена марката на опонента и чрез който се възприема от потребителите, органът е признал възможността за свързване на заявения знак с по-ранната марка, съответно потребителите да бъдат подведени, че означаваните с двете марки стоки и услуги произхождат от един и същ търговски източник.

Заключението на допуснатата по делото съдебно-маркова експертиза е дало отговор на въпроса относно сходството на стоките и услугите на сравняваните марки съобразно тяхното естество, предназначение, начин на използване, възможност за допълване или конкуриране, обичаен произход, потребителски кръг и канали на разпространение, квалифицирайки ги като идентични или сходни във висока степен. Формирано е мнение за притежавана присъща нормална отличителност на по-ранната марка, дефинирана като асоциативна. Изследван е въпросът дали марките имат отличителен и доминиращ компонент. Според експертното становище отличителният елемент в заявената марка е „smart POS“, като е отречено изразът „by Postbank“ да има отличителен характер или доминиращо значение, доколкото е явно указателен за произхода на въпросните стоки и услуги. В резултат на анализ на визуалните, фонетичните и семантичните характеристики на сравняваните марки нещата лице е установило висока степен на сходство между съпоставяните знаци, включително дължащо се на изцяло съдържащата се по-ранна марка в заявения за регистрация знак. Крайната преценка на експерта е за съществуване на вероятност от гледна точка на възприемането им от релевантните потребители, дори при повишено внимание, двата противопоставени знака да бъдат асоциирани един с друг, по-специално като произхождащи от същото или икономически свързани предприятия.

Извършената в изпълнение на чл. 168 АПК служебна проверка констатира, че атакуваният

административен акт не е засегнат от отменително основание по чл. 146 АПК.

Решението е постановено от компетентен държавен орган в съответствие с нормативно предоставените му правомощия - чл. 75, ал. 12 ЗМГО .

Оспореното волеизявление е обективизирано в надлежна форма и съдържа изискуемите от закона реквизити – чл. 59, ал. 2 АПК. В акта са изложени фактическите констатации и правните основания за административно разпореденото, даващи възможност за упражняване на контрол за законосъобразност от съда и гарантиращи правото на защита на страните.

При постановяване на обжалвания акт не са допуснати нарушения на административнопроизводствените правила. Органът се е произнесъл по допустимо сезиране, при надлежно проведена процедура, в рамките на която на двете дружества е осигурено правото на участие и на защита на техните права и интереси в пълен обем. Решението е взето въз основа на изготвено становище на състава по спорове – чл. 75, ал. 10, т. 4 ЗМГО, след изясняване на фактите и обстоятелствата от значение за случая, анализ на събраните доказателства и обсъждане становищата на страните. Не е налице игнориране на релевантни за спора съображения, включително повдигнати от жалбоподателя, които биха могли да доведат до различно по съдържание волеизявление от постановеното, а несъгласието му с формираните правни изводи е относимо към материалната законосъобразност на акта.

Спорът по делото се концентрира върху приложението на материалния закон. Предметът му е очертан от противоречието в позициите на страните по въпроса за осъществяването на елементите от фактическия състав на разпоредбата на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО - идентичност или сходство между по-ранната и заявената марка; идентичност или сходство на стоките и услугите на двете марки; вероятност за объркване на потребителите, която включва възможността за свързване с по-ранната марка. Упражняването на правомощието на административния орган е обусловено от кумулативното проявление на всички визирани в цитираната относителната забрана за регистрация на марката предпоставки.

Съответен на доказателствата и на материалноправните разпоредби е изводът на председателя на Патентно ведомство за основателност на опозицията против търсената с процесната заявка закрила.

По делото е безспорно, че в полза на Некси Пеймънтс е възникнало по-ранно право върху марка. Дали това право е противопоставимо на заявената от жалбоподателя по-късна марка разрешение дава преценката на критериите по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО.

В. е изводът на административния орган за идентичност или висока степен на сходство между обхванатите от закрилата на по-ранната марка услуги от клас 36 в сферата на финансовото и банковото дело и от клас 38 в областта на телекомуникациите и стоките и услугите от класове 9, 36, 38 и 42 на заявления за регистрация знак, с изключение на услугите от клас 36 „сделки с недвижимо имущество; посреднически услуги при сделки с недвижимо имущество; финансови оценки (недвижимо имущество)“, които са извън предмета на настоящата съдебна проверка. Всъщност жалбоподателят не отрича съжденията на решаващия орган за еднаквост или значителна близост между услугите на вече регистрираната марка и тези от класове 36, 38 и 42 на заявления за регистрация знак. Възраженията му в тази част са насочени срещу заключението за сходство между стоките от клас 9 на заявената и услугите на по-ранната марка.

Пълното припокриване или съотнасянето им като част към цяло, еднаквото естество, общите форми на разпространение, релевантен кръг потребители и използвано подобно описание предпоставят идентичността на услугите от класове 36 и 38 на заявената марка и услугите на притежаващия по-ранна марка опонент, като по отношение на услугите в областта на застраховането от клас 36 на атакувания знак е установимо сходство във висока степен с услугите

„финансови сделки“ на опонента, произтичащо от тяхното естество и характеристики, общия обект на законова регулация и предлагането им като част от портфолиото на лицата, предоставящи финансови услуги, директно или чрез икономически свързани субекти. Сходни на услугите на по-ранната марка са и процесните услуги от клас 42, свързани с разработване и поддръжка на компютърен софтуер, системи и мрежи, включително за банки и други кредитни институции, както и електронно наблюдение на кредитни карти за откриване на измами чрез интернет, които по същността си могат да бъдат съотнесени към дейностите от финансовия, монетарния и далекосъобщителния сектор. В конкретния случай директното указване на мястото на приложение определя сравняваните услуги от класове 42 и 36 като произхождащи от един и същ доставчик, допълващи се и насочени към еднакъв кръг потребители, а привръзката с услугите от класове 38 е обусловена от естеството на телекомуникационната услуга, неразделна част от която е въпросният софтуер, и от съответните канали на разпространение.

Споделима е застъпената от органа позиция за сходство между стоките от клас 9 и услугите, за които е регистрирана марката на опонента, обоснована с връзката на допълване на продуктите на противопоставените марки. Независимо от различната им природа, стоките от клас 9, представляващи носители на данни, в частност смарт и разплащателни карти, и компютърен софтуер, включително за банковия сектор и мобилни устройства, са инструмент за реализация на финансовите и телекомуникационните услуги от класове 36 и 38, съответно предназначението им се осъществява в рамките на предлаганите услуги на по-ранната марка, достигайки по този начин до крайния потребител. В този контекст съотношението на допълващи се продукти определя и квалификацията им като сходни. Доводът на жалбоподателя за непротивопоставимост на по-ранната марка за стоките от клас 9, черпен от отказана ѝ регистрация за същите стоки, поради липса на отличителност, макар и основателен сам по себе си, не обуславя незаконосъобразност на обжалваното решение. Сходството им с услугите, за които по-ранната марка е получила закрилата, не може да бъде изключено като релевантен за преценката по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО фактор, от една страна, а от друга - дори при възприемане на защитната теза на заявителя крайният извод за вероятност от объркване на потребителите, дефиниран от съвкупното проявление на множество обективни критерии, остава непроменен.

Законосъобразно е и заключението на председателя на Патентно ведомство за сходство на противопоставените марки, основано на визуално, фонетично и смислово сравнение на знаците при възприемането им в цялост.

Предмет на оспорване е заявена за регистрация на 23.08.2021 г. комбинирана марка, състояща се от словните елементи „smart“ (малки букви), „POS“ (големи букви) и „by Postbank“, изписани на латиница със специфичен шрифт в бял цвят и стилизация на буквата „O“ в абревиатурата „POS“ под формата на символа за включване и изключване на устройства. Трите словни компонента са разположени един под друг в червен квадрат със заоблени ъгли, като изразът „by Postbank“ е със значително по-малък размер в сравнение с останалите изграждащи композицията съставни части. Притежаваната от опонента марка на Европейския съюз е регистрирана на 07.03.2019 г. като словна, с действие във времево отношение до 20.03.2028 г. Представена е от израза „SmartPos“, изписан на латиница със стандартен шрифт.

Отличителността на сравняваните търговски знаци е обусловена от словните елементи, присъстващи в тях. Степента на отличителност на атакуваната марка е определима като средна, предвид явната индикация за произхода на означаваните с нея стоки, произтичаща от съставлящия я елемент „by Postbank“ и специфичното композиционно-художествено оформление на другите два словни компонента („smart“ и „POS“). Регистрираната по-ранна марка е отличителна *per se*, макар и в относително по-ниска степен.

Словните марки по хипотеза не притежават доминиращ елемент, а в изображението на процесната комбинирана марка с оглед композиционното ѝ представяне и начин на оформление (шрифт, размер, цвят, мащаб, разположение и стилистика на съставните елементи) се диференцира визуално изпъкващ компонент – „POS“ и евентуално „smart“ при възприемане на израза „smart POS“ в съвкупност като образуващ структурно единство. Словната част „smart POS“ е водещият, открояващ се начален/централен елемент в заявената марка, който остава в съзнанието на потребителя. В противовес на вижданията на жалбоподателя, думите „by Postbank“, изписани със ситен шрифт най-отдолу в подредбата, имат второстепенна роля в словосъчетанието, изпълнявайки пояснителна, указателна функция спрямо главния, формиращ облика на марката компонент.

Изследването на процесните знаци във визуален аспект предполага съответна степен на близост между тях. Споделянето на общата съставна част („smart Pos“), начина на представяне на изграждащите по-късната марка елементи и визуалния фокус в композицията ѝ допринасят по-ранната марка да бъде напълно разпозната в състава на атакуваната. Съвпадащите им части, привличащи най-силно вниманието, независимо от различното стилистично оформление създават общото цялостно визуално впечатление от противопоставените знаци, предопределяйки влиянието на идентичния словен компонент върху визуалното сходство. При зрителното възприятие на марките се установява тъждественост между запомнящите се части „smart POS“ и „SmartPos“, което предполага сходство с висок интензитет.

Във фонетично отношение запомнящият се еднакъв словен елемент, произносим съответно „сма̀ртпос“, е определящ за общото звучене на знаците в конфликт, а изговарянето на включения в по-късната марка допълнителен уточняващ израз „бай постбанк“ („by Postbank“) няма решаващо отражение върху степента на приликата.

Семантичният анализ на марките обуславя извод, че те са сходни във висока степен. Значението на вложената в двете марки словесна комбинация (smart POS/SmartPos) се определя от съставлящите я чуждоезикови термини: smart – интелигентен, умен и др.; и POS - съкращение на израза „point of sale“ или „точка на продажба“. Независимо дали ще бъдат окачествени като асоциативни без конкретен, ясен и точен смисъл или възприемани в директен превод еднаквите по същество изрази „smart POS“ и „SmartPos“ създават идентично или подобно смислово внушение на сравняваните словесни конструкции. Различаващото се понятие „by Postbank“ („от Пощенска банка“) носи единствено информация за субекта, предлагащ продуктите, означени със знака „smart POS“, без да променя крайния извод за значително смислово сходство.

Правилно е становището на административния орган за съществуваща вероятност от объркване на потребителите, включваща възможност за свързване на двете марки. Съобразявайки в съвкупност релевантните фактори – идентичност или висока степен на сходство на съпоставяните стоки и услуги, засилено цялостно сходство между марките, особеностите на доминиращите и отличителните елементи на противопоставените знаци, релевантния кръг потребители, включително тази част от тях с по-висока информираност и завишено внимание при избора, съдът счита, че са налице условия за заблуда относно принадлежността на марките към един и същ икономически оператор.

Характерът на финансовите сделки като цяло предопределя по-високото ниво на внимание у крайните потребители, а опериращите на процесния пазар търговци, притежавайки съответни знания и експертиза в областта на разглеждания бизнес сектор, са професионално информирани. Същевременно част от въпросните стоки и услуги се характеризират с висока честота на потребление, по-ниска стойност, лесен достъп, голямо продуктово разнообразие и промоционални кампании, поради което е споделимо

виждането на органа за вариативност на степента на внимание на потребителите при вземането на решение. Независимо дали се касае за масовия краен потребител или за търговците в банковия сектор, степента на внимание и информираност на потребителите на продуктите на двете марки, насочени към финансовата и телекомуникационната сфера, не елиминира вероятността от объркване в случая. Не разколебават този извод твърдяната от жалбоподателя минимална присъща отличителност на по-ранната марка, нито изтъкнатите визуални различия заедно с присъствието на указателния израз „by Postbank“ в по-късната марка или неговата известност/разпознаваемост на съответния пазар. От значение за преценката на приложимостта на относителната забрана към спорното правоотношение е въпросът сходни ли са двете марки, а не в какво се изразява разграничението между тях. Мотивиращата избора представа у потребителя е функция от повтарящия се общ елемент, т.е. от приликата, а не от отклонението в търговските знаци. Превес във визуалното възприятие на спорния знак има словният елемент „smart POS“, по същество възпроизвеждащ в цялост съдържанието на противопоставената марка „SmartPos“, поради което общо им звучене, в съчетание с високата степен на семантична близост създава впечатлението за развита нова комбинирана версия на по-ранната словна марка. Следователно констатираната висока степен на сходство по отношение и на продуктите, и на марките, в това число присъствието на по-ранната марка изцяло в състава на по-късната, е от естество да заблуди потребителите, че стоките, означавани с тях, имат общ произход.

Като е отменил решението на състава по опозиции в съответната част председателят на Патентно ведомство е постановил материално законосъобразно решение. Изводът му за осъществяване на предпоставките по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО по отношение на заявената регистрация намира потвърждение и в приетото по делото експертно заключение.

Изложеното мотивира съда да отхвърли оспорването.

Изходът на делото обуславя право на разноски за процесуална защита в полза на ответника и на заявката такива заинтересована страна – чл. 143, ал. 3 и 4 АПК. Дължимите на Патентно ведомство разноски са в размер на 200 лева, определен съобразно чл. 24 от Наредбата за заплащането на правната помощ, чиято еурова равностойност възлиза на 102,26 евро. Разноските за адвокатско възнаграждение на дружеството-опонент са в размер на 2010 евро.

Воден от горното и на основание чл. 172, ал. 2, предл. последно АПК, Административен съд – София - град, Второ отделение, 38 състав

## **РЕШИ:**

ОТХВЪРЛЯ жалбата на „Юробанк България“ АД против Решение № РС-196-[1] от 21.10.2024 г. на председателя на Патентно ведомство в частта, с която е отменено Решение от 19.12.2022 г. на състава по опозиции и преписката е върната за повторно разглеждане.

ОСЪЖДА „Юробанк България“ АД да заплати на Патентно ведомство сумата от 102,26 евро разноски по делото.

ОСЪЖДА „Юробанк България“ АД да заплати на Nexi Payments S.p.A., Италия сумата от 2010 евро разноски по делото.

Решението може да се обжалва пред Върховния административен съд с касационна жалба в 14-дневен срок от съобщаването му.

СЪДИЯ: