РЕШЕНИЕ

гр. София, от 05.11.2026г.

☒ **ПЪЛЕН ОТКАЗ**

☐ **ЧАСТИЧЕН ОТКАЗ**

I. КОНСТАТИВНО-СЪОБРАЗИТЕЛНА ЧАСТ

Подадена е заявка за регистрация на марка с вх. № 181684 от 07.05.2026 г., “Вина от нашите лозя“ - словна, със заявител "СИС ИНДУСТРИЙС" ООД.

С уведомление с изх. № BG/N/2026/181684-[1] от 12.08.2026 г., заявителят е уведомен, че са налице основания за отказ на регистрация на марката и му е предоставен **двумесечен срок** за възражение на основание **чл. 47, ал. 2** от Закона за марките и географските означения (ЗМГО). В предоставения срок до 26.10. 2026 г., заявителят,

☒ не е отговорил ☐ е отговорил

☐ не е направил основателни възражения

☐ не е ограничил списъка на стоките/услугите

☐ не е предоставил съгласие от компетентен орган

II. МОТИВИ ЗА ОТКАЗ

Заявителят е уведомен, че налице основания за отказ по чл. 11, ал. 1, т. 2 и т. 4 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО) относно всички заявени стоки във връзка с подадената заявка за регистрация на марка, както следва:

от клас 33 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ): *алкохолни напитки (с изключение на бира); вино.*

1. Съгласно чл. 11, ал. 1, т. 4 от ЗМГО не се регистрира марка, която се състои изключително от знаци или означения, които указват вида, качеството, количеството, предназначението, стойността, географския произход, времето или метода на производство на стоките, начина на предоставяне на услугите или други характеристики на стоките и/или услугите.

За да бъде една марка указателна тя трябва да се състои изключително от знаци, които при употреба ще послужат или за директно описание на съответната продуктова категория, или ще се използват като препратка към някоя от основните характеристики на заявените стоки и/или услуги.

При преценката за наличие на описателен характер на дадено означение е необходимо да се определи дали потенциалните потребители биха направили достатъчно директна и специфична връзка между означението и стоки и/или услугите, за които се иска регистрацията му.

Заявената за регистрация словна марка се състои изключително от словосъчетанието „Вина от нашите лозя“, изписано на кирилица.

Думата „вина“ представлява форма за множествено число на думата „вино“. Съгласно „Речник на българския език (онлайн)“ на Института за български език при БАН, „вино“[1] е съществително име, което обозначава спиртно питие, получено от ферментирал сок от грозде. Думата „лозя“ обозначава земеделски насаждения, предназначени за отглеждане на лози, от които се добива грозде, използвано като основна суровина при производството на вино и на други алкохолни напитки.

Възприятието на заявената марка следва да се преценява от гледна точка на средния потребител, който е относително добре информиран, разумно наблюдателен и предпазлив, без да се изисква от него да полага специално аналитично усилие за разкриване на значението на словосъчетанието.

В търговската практика при представянето на алкохолни напитки се обръща внимание на качеството и подбора на използваната суровина, доколкото нейните характеристики могат да имат значение за качеството и характеристиките на крайния продукт. В този контекст изрази от типа „от нашите лозя“ се използват във връзка с подбраната суровина, предназначена за производството на съответните напитки, като се подчертава нейното значение за качеството и характеристиките на произведения продукт.

В този смисъл, разгледано във връзка със заявените стоки *„алкохолни напитки (с изключение на бира); вино“* от клас 33 на МКСУ, словосъчетанието „Вина от нашите лозя“ указва характеристики на стоките, свързани с използваната при тяхното производство суровина - подбрано грозде, чиито качества са от значение за характеристиките на произведените стоки, включително за техните вкусови и ароматни характеристики.

Знаци или означения, които се възприемат от потребителите ясно, точно и еднозначно като указания пряко свързани с характеристики на стоките, не могат да бъдат обект на изключителни права.

[1] Речник на българския език (онлайн) - https://ibl.bas.bg/rbe/lang/bg/%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%BE/

Забраната на разпоредбата на чл. 11, ал. 1, т. 4 от ЗМГО, е в полза на обществения интерес, като цели да не се предоставят изключителни права върху означения, които служат за обозначаване на характеристики на стоките, а да останат свободни за използване от всички стопански субекти на съответния пазар.

Поради изложеното заявеният словен знак „Вина от нашите лозя“ не може да бъде регистриран като марка за заявените стоки от клас 33 на МКСУ поради наличието на основанието за отказ по чл. 11, ал. 1, т. 4 от ЗМГО.

2. Съгласно чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО: Не се регистрира марка, която няма отличителен характер.

Марката е отличителна, когато е способна да идентифицира търговския произход на стоките и/или услугите, за които е заявена. За да може една марка да изпълнява тази своя основна функция, следва при нейното възприемане тя да може да извика в съзнанието на потребителите спомена за конкретен търговец, произвеждащ или предлагащ съответната стока и/или услуга.

Предвид гореизложените мотиви за отказ по чл.11, ал. 1, т. 4 от ЗМГО, заявената словна марка „Вина от нашите лозя“, е лишена от отличителен характер по отношение на заявените стоки, за които се иска закрила на знака, т.е. заявената марка не би могла да бъде разпозната от релевантните потребители като означение за търговския им произход.

Заявеното словосъчетание е изградено от обичайни думи от българския език и се характеризира с правилна и обичайна граматична и синтактична структура. То не съдържа фантазийни, оригинални или неочаквани елементи, които да придават на знака отличителен характер и да позволят възприемането му като обозначение на конкретен търговски произход.

Възприемането на словосъчетанието не изисква специално мисловно усилие или допълнително тълкуване, поради което то не е способно да изпълнява функцията на марка да отличава заявените стоки от стоките на други производители.

Относно израза „от нашите лозя“ следва да се отбележи, че той представлява обичайно маркетингово и рекламно средство при представянето на вино и други алкохолни напитки. В търговската практика производителите използват изрази със сходно значение, за да подчертаят качеството и подбора на гроздето, използвано като суровина при производството на съответните напитки.

Следователно заявената словна марка „Вина от нашите лозя“, разгледана в нейната цялост, не притежава необходимата степен на отличителност по отношение на заявените стоки от клас 33 на МКСУ. Словосъчетанието се възприема като информационно обозначение, което не насочва релевантния потребител към конкретен производител и не му позволява да отличи заявените стоки от тези на други производители.

Въз основа на всичко гореизложено, заявената марка не притежава необходимата отличителност, която да даде възможност на релевантните потребители да отличат заявените

стоки от 33 клас на МКСУ, означени с нея, от тези на останалите стопански субекти и по този начин да служи за идентификатор за търговския им произход.

В законоустановения срок за отговор, заявителят не е отговорил и не е представил доказателства за придобита отличителност на знака.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въз основа на всичко гореизложено и на основание **чл. 64** във връзка с **чл. 47, ал. 3** от ЗМГО, държавният експерт

РЕШИ:

ОТКАЗВА регистрация на марката за всички стоки:

от клас 33 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ): *алкохолни напитки (с изключение на бира); вино.*

На основание **чл. 69, ал. 1, т. 2** от ЗМГО, решението за отказ на регистрация на марката може да се обжалва пред Патентното ведомство **в двумесечен срок** от датата на получаването му.

X

Име, Фямилия
държавен експерт, ДЕОМГО