**РЕШЕНИЕ**
**от 15.10.2026 г.**

по опозиция вх. № BG/E/2016/1319155 от 24.02.2016 г. срещу регистрацията на марка




, комбинирана, вх. № 136999 от 22.05.2015 г., заявена от „Модена Варна“ ООД, с адрес: 9003 Варна, бул. "Народни Будители" № 2, представлявано от представителя по индустриална собственост (ПИС) Костадин Чанев Манев, в изпълнение на влязло в сила решение № РС-18-[1] от 25.02.2026 г. на председателя на Патентно ведомство.

Опозицията е подадена от „ХИПОЛЕНД“ АД, с адрес: ул. „Трети март“ 5, ет. 3, 1532 с. Казичене, представлявано от ПИС Иван Николов Иванов, на основание чл. 12, ал. 1, т. 2 и чл. 12, ал. 3 от ЗМГО (Обн., ДВ, бр. 81 от 14 септември 1999 г., отм.), съответстващи на чл. 52, ал. 1, във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 и чл. 12, ал. 3 от ЗМГО (обн., ДВ, бр. 98 от 13 декември 2019 г.) и е насочена срещу всички услуги от класове 35, 39, 41 и 43 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ), за които търси закрила процесната марка.

Във връзка с повдигнатото правно основание по чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО опонентът противопоставя три по-ранни марки на ЕС и една регистрирана по национален ред марка, както следва:

- марка на ЕС „Hippoland“- словна, с рег. № 011639879, заявена на 08.03.2013 г. и регистрирана на 12.07.2013 г. за стоки и услуги от класове 28, 35 и 39 на МКСУ:

**Клас 28:** *игри и играчки; гимнастически и спортни артикули, които не са включени в други класове; украшения за коледни елхи; алпинистки колани, ремъци; апарати за изхвърляне на топки за тенис; апарати за фокуси; апарати за хвърляне на глинени дискове [панички] за прицел при ловни състезания; аркадни машини за видеоигри; ароматна стръв за лов и риболов; балони за игра; батути; бейзболни ръкавици; биберони за кукли; билярдни маркировачи; билярдни маси; билярдни маси, действащи с монети; билярдни топки; билярдни щеки; бобслей; бодиборд [вид дъски за сърф]; боксови круши; боксови ръкавици; боулинг уреди и съоръжения; бухалки за игри; вакса за ски; влакна за ракети; влакна за риболов; водни ски; Въдичарски кошници [рибарско оборудване]; въдичарски пръти; въздушни пистолети [играчки]; въртележки с кончета; върхове за билярдни щеки; гимнастика (уреди за -); гимнастически упражнения (уреди за -); гимнастически уреди; гири; глинени дискове [мишени]; дама [игри]; дартс [хвърляне на стрелички]; делтаплани; детониращи капси [играчки]; детски кончета [люлки]; джой-стикове за игрови конзоли; дискове за спортуване; дистанционно управлявани колички [играчки]; домино [игра]; дрънкалки [играчки]; дъски за игра на дама; електронни мишени; жетони, чипове [кръгли] за игри; зарове; игра на кегли; игрални автомати, действащи с монети; игрални машини за хазартни игри; играчки; играчки за домашни животни; играчки маски; игри; игри, които се играят на табло; игри, с изключение на такива, които се използват само с телевизионни приемници (апарати за електронни -); игри с подкови; инструмент за заглаждане на буци пръст [принадлежности за голф]; калейдоскопи; калъфи за ски и за дъски за сърф; калъфи за ски (идивидуални -); камбанки, звънчета за коледни елхи; капси за пистолети [играчки];*

*карти за игра; кегли; кожени калъфи [спортни артикули]; колани за щангисти; Коледни елхи от изкуствен материал; колела за рулетка; колела за стационарни велосипеди за упражнения; колички [играчки]; колофон за спортисти; конфети; корди за риболов; корди за тенис ракети; кукли; кънки за лед; къщи за кукли; легла за кукли; летящи дискове [играчки]; лъкове за стрелба; люлки; маджонг [китайска хазартна игра]; макари за риболов; макари за хвърчила; малки мечета [детски играчки]; марионетки; маси за тенис на маса; маси за футбол на закрито; маскировъчни шлемове [спортни артикули]; мачти за уиндсърфове; машини за видео игри; меки текстилни играчки с пълнеж; мишени; мрежи за лов на пеперуди; мрежи за спорт; мрежи за тенис; муниции за пистолети за играта пейнтбол [спортни аксесоари]; надуваеми пояси за ръце; наколенки [спортни артикули]; налакътници [спортни артикули]; наточващи средства за ски; облекла за кукли; обръч, който се хвърля върху закрепена пръчка; обръчи за игри; обувки за кънки; парапланери; пачинко [японска игра]; пинята (кръгъл съд за играчки); пистолети за играта пейнтбол [спортни изделия]; пистолети играчки; плавки за риболов; плавници; плондери на топки за игри; плувки [рибарски принадлежности]; плувни басейни [артикули за игра]; плувни жилетки; плюшени играчки; подвижни играчки; помощни дъски за плуване; пояси за плуване; прашки [спортни принадлежности]; предпазни подплънки [части на спортни облекла]; преносими игри с течно-кристални дисплеи; примамки за лов; принадлежности за стрелба с лък; прът за овчарски скок; пумпали [играчки]; пъзели; пързалки [играчки]; ремъци за дъски за сърф; ремъци за притягане на ски; ремъци за уиндсърф; рибарски въдици; рибарски мрежи; рибарски принадлежности; ролери; ролкови кънки; ръкавици за батъри [аксесоари за игри]; ръкавици за голф; ръкавици за игри; салонни игри; самохвати [планинска екипировка]; сапунени мехури (играчки за -); свещници за коледни елхи; сглобяеми умалени модели [играчки]; скейтборд; ски; скретч карти за лотарийни игри; слот машини [игрални машини]; снегоходки; сноуборд; сняг за коледни елхи (изкуствен -); стаи за кукли; стартови блокчета [за спорт]; стационарни велосипеди за упражнения; стикове за голф; стойки за коледни елхи; строителни игри; строителни кубчета [играчки]; стръв за лов и риболов; стръв (изкуствена рибарска -); стъргалки за ски; стягащи слипове за спортисти [спортни артикули]; сърфинг; сърфови дъски; сърфови ски; табла [игри]; талони за бинго; театрални маски; тебешир [креда] за билярдни щеки; топка с перце [за бадминтон]; топки за игра; топки за игри; топки за сняг; топчета за игри; трамплини [спортни артикули]; тротинетки [играчки]; тюленови кожи [калъфи за ски]; украси, играчки за партита, танци; украшения за коледни елхи [с изключение на предмети за илюминации и сладкарски изделия]; умалени модели на превозни средства; уплътнени ръбове на билярдни маси; уреди за трениране на тялото; фехтовални маски; фехтовални оръжия; фехтовални ръкавици; фойерверки [играчки]; харпуни [спортни артикули]; хартиени парти шапки; хвърчила; хокейни стикове; чанти за голф, със или без колела; чанти за крикет; чашки за зарове; чипове за хазартни игри; чувствителни елементи, сигнализиращи захапване на въдица [рибарски принадлежности]; шахматни дъски; шахматни игри; шегаджийски играчки [уловки, капани]; шейни [спортни артикули]; щафетни палки*;

**Клас 35:** *реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност; абониране за вестници [за трети лица]; абониране за телекомуникационни услуги за трети лица; агенции за внос и износ; агенции за търговска информация; административно обработване на поръчки на клиенти; административно управление на хотели; актуализиране на рекламни материали; анализ на себестойността; бизнес мениджмънт на спортисти; бизнес одити; бизнес оценка на търговска ефективност; връзки с обществеността; възпроизвеждане на документи; изготвяне на ведомости; изготвяне на рекламни рубрики; изследване на пазара; изследвания с търговска цел; икономическо прогнозиране; консултантски услуги в областта на човешките ресурси; консултантски услуги за търговско управление; консултации в областта на търговското ръководство и организация; консултации в областта на търговското управление;*

*консултации в областта на организирането на търговията; маркетинг; машинописни услуги; набиране на кадри; насърчаване на продажбите [за трети лица]; он-лайн реклама в компютърна мрежа; организиране на изложби с търговска или рекламна цел; организиране на модни ревюта с промоционална цел; организиране на търгове; организиране на търговски панаири с търговска или рекламна цел; отдаване под наем на автомати за продажба; отдаване под наем на канцеларски машини и апарати; отдаване под наем на рекламни съоръжения; отдаване под наем на рекламно пространство и време; отдаване под наем на рекламно време във всички средства за комуникация; отдаване под наем на фотокопирни машини; подпомагане на търговското управление; подреждане на витрини; помощ при управление на търговски или промишлени предприятия; попълване на данъчни декларации; преглед на печата; предоставяне на търговска информация и съвети за клиенти [център за потребителски съвети]; представяне на стоки; представяне на стоки с цел продажба на дребно чрез всички средства за комуникация; приемане на телефонни съобщения [за отсъстващи абонати]; производство на рекламни филми; проучване на общественото мнение; проучване на пазара; проучване с търговска цел; професионални консултации в областта на търговията; психологическо тестване за подбор на кадри; публикуване на рекламни текстове; публикуване на рекламни текстове; радиорекламиране; разпространение на мостри; разпространение на рекламни материали; разпространение на рекламни материали по пощата [листовки, проспекти, брошури, мостри]; реклама; рекламиране на открито; рекламиране чрез пощенски поръчки; рекламни агенции; секретарски услуги; систематизиране на информация в компютърни бази данни; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; стенографски услуги; счетоводни услуги; събиране на информация в компютърни бази данни; събиране на статистически данни; съставяне на извлечения от сметки; текстообработка; телевизионни реклами; телемаркетингови услуги; транскрибиране на съобщения; трудови борси; търговия на дребно и едро с фармацевтични, ветеринарни, санитарни и медицински препарати; търговска информация; търговски оценки; търговски справки; търговско управление при лицензиране на стоки и услуги за трети лица; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]; търсене на спонсори; управление на компютърни файлове; управление на сделки в областта на изкуството; услуги за наемане на подизпълнители [търговско съдействие]; услуги за сравняване на цени; услуги за художествено оформление за рекламни цели; услуги на манекени, свързани с рекламиране и представяне на стоки; услуги, свързани с преместване на предприятия; фактуриране; фотокопиране*;

**Клас 39**: *транспорт; опаковане и съхраняване на стоки; организиране на пътувания; автобусен транспорт; автомобилен транспорт; болничен транспорт; бутилиране; воден транспорт; водоразпръскване; водоснабдяване; въздушен транспорт; доставка на цветя; доставяне на стоки по пощата; експедиране на товари; експлоатация на шлюзи на канали; електроразпределение; железопътен транспорт; изваждане на потънали кораби; изстрелване на сателити за сметка на трети лица; информационни услуги в областта на складирането; информационни услуги в областта на транспорта; комисионерство при превозване на товари; корабно комисионерство; куриерски служби [съобщения или стоки]; лодки за екскурзия; морски транспорт; наемане на кораби за превоз на стоки; опаковане на стоки; организиране на морски пътувания; организиране на туристически обиколки; отдаване под наем на автомобили; отдаване под наем на автобуси; отдаване под наем на водолазни звънци, кесони; отдаване под наем на водолазни комплекти; отдаване под наем на гаражи; отдаване под наем на инвалидни колички; отдаване под наем на коне; отдаване под наем на летателни апарати; отдаване под наем на плавателни съдове; отдаване под наем на паркинги; отдаване под наем на пощенски коли; отдаване под наем на превозни средства с покрити багажници; отдаване под наем на складове за стоки; отдаване под наем на сухопътни превозни средства; отдаване под наем на складови контейнери; отдаване под наем на състезателни коли; отдаване под наем на*

*самолетни двигатели; отдаване под наем на товарни платформи; отдаване под наем на фризери; отдаване под наем на хладилници; охранителен транспорт за скъпоценности; пакетиране на стоки; паркинги за автомобили; пилотиране; подводно спасяване; превозване [на стоки]; превозване на товари, стоки; пренасяне на багаж; придружаване на пътници; пътнически резервации; пътнически транспорт; разбиване на лед; разглеждане на забележителности [туризъм]; разнасяне на вестници; разнасяне на колети; разнасяне на стоки; разнасяне на съобщения; разпространение на енергия; разтоварване на кораби; резервация на места за пътуване; речен транспорт; складиране; складиране на стоки; спасителни операции [транспорт]; спасяване на имущество, стоки; спасяване на кораби от потъване; съхраняване на носители на данни или на електронно съхранени документи; съхраняване на плавателни съдове; таксиметров транспорт; теглене; теглене на буксир; теглене на сухопътни превозни средства; товарене и разтоварване на кораби; трамваен транспорт; транспорт; транспортиране и складиране на смет; транспортиране на мебели; транспортиране на пътници; транспортиране по тръбопровод; транспортиране с бронирани автомобили; транспортиране с шлепове; транспортиране с шлепове; транспортна логистика; транспортни резервации; транспортно комисионерство; трафик информация; услуги по преместване, пренасяне; фериботен транспорт; франкиране на пощенски пратки; шофьорски услуги.*

- марка на ЕС , комбинирана, с рег. № 011319159, заявена на 05.11.2012 г. и регистрирана на 18.04.2013 г. за услуги от класове 35, 39 и 41 на МКСУ:

***Клас 35:*** *реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност; групиране на стоки, в това число игри, играчки и дрехи (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; управление на програми за лоялни клиенти и промотиране на стоки; управление на бонусни програми за стимулиране на продажби; връзки с обществеността, управление на магазини за детски играчки; управление на агенции за внос и износ на детски играчки; актуализиране на рекламни материали, публикуване на рекламни текстове, разпространяване на рекламни материали, изготвяне на реклами рубрики; проучване на общественото мнение; изследване с търговска цел; търговски оценки; събиране и систематизиране на информация в компютърни бази данни, търсене в компютърни бази данни за трети лица; текстообработка; организиране на рекламни кампании за трети лица; разпространение на рекламни и маркетингови материали до членове на промоционални програми; услуги, свързани с търговия на дребно и едро с детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни; услуги, свързани с търговия на дребно чрез глобалната компютърна мрежа с детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни; услуги, свързани с поръчка и продажба на стоки чрез глобалната компютърна мрежа с детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни; разпространение на оферти и реклами за продажба на стоки чрез интернет; осигуряване на бази данни, в които могат да се търсят стоки с цел продажба и покупка; организиране, подреждане и предлагане на стоки на трети лица за продажба чрез интернет, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни; услуги, свързани с осигуряване на възможност на трети лица да разменят информация и оферти за продажба чрез интернет в областта на детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни; услуги, свързани с организирането на аукциони и търгове чрез интернет; предоставяне на търговска информация и консултации за потребители [търговска консултация в магазините]; услуги свързани със сравняване на цени; услуги в областта на предоставянето на помощ при управлението на търговски сделки; предоставяне на*

*консултации в областта на он-лайн представянето на стоки и услуги за трети лица; рекламни услуги в областта на социалните мрежи за трети лица; информационни услуги, свързани с горепосочените услуги;*

***Клас 39:*** *транспорт; опаковане и съхраняване на стоки; организиране на пътувания; извършване на дистрибуторска дейност; зареждане на магазини със стока; логистично услуги;*

***Клас 41:*** *образование; обучение; развлечение; спортна и културна дейност; организиране на детски представления и детски кътове за игра; услуги, свързани със забавление на деца; организиране на концерти, театрални спектакли, спортни игри.*

- марка на ЕС 

, комбинирана, с рег. № 009455635, заявена на 18.10.2010 г. и регистрирана на 11.03.2011 г. за стоки от класове 3, 12, 16, 18, 20, 25, 28 на МКСУ:

***Клас 3:*** *препарати за избелване и пране, препарати за почистване, полиране, обезмасляване и шлифоване, сапуни; парфюмерия, етерични масла, козметика, лосиони за коса, средства за почистване на зъби;*

***Клас 12:*** *велосипеди, велосипедни триколки, детски колички, детски спортни колички, обезопасителни седалки за деца [за превозни средства], покривала за детска количка, помпи за велосипеди, звукови предупредителни системи за велосипеди, лодки, шейни;*

***Клас 16:*** *хартия, картон и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; печатни произведения; материали за подвързване на книги; фотографии; канцеларски принадлежности; канцеларски лепила и лепила за домакински цели; материали за художници; четки за рисуване; пишещи машини и канцеларско оборудване (с изключение на мебели); учебни материали (с изключение на апарати); пластмасови материали за опаковки (които не са включени в други класове); печатарски букви; клишета;*

***Клас 18:*** *кожа и имитации на кожа и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; необработени кожи; куфари и пътни чанти; чадъри, слънчобрани и бастуни; камшици, хамути и сарашки стоки;*

***Клас 20:*** *бебешки кошарки, бебешки проходилки, бюра [мебелировка], високи столове за бебета, детски креватчета, детски люлки;*

***Клас 25:*** *облекло, обувки, шапки и други принадлежности за глава;*

***Клас 28:*** *игри и играчки; гимнастически и спортни артикули, които не са включени в други класове; украшения за коледни елхи.*

- национална регистрация на марка 

, комбинирана, с рег. № 61321, заявена на 15.11.2005 г. и регистрирана на 11.10.2007 г. за стоки от класове 3, 16, 18, 24, 25, 28 и 30 на МКСУ:

***Клас 3:*** *"препарати за избелване и пране; препарати за почистване, полиране, обезмасляване и шлифоване; сапуни; парфюмерия, етерични масла, козметика, лосиони за коса; средства за почистване на зъби."*

***Клас 16:*** *"хартия, картон и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; печатни произведения; материали за подвързване на книги; фотографии; канцеларски принадлежности; канцеларски лепила и лепила за домакински цели; материали за художници; четки за рисуване; пишещи машини и канцеларско оборудване (с*

*изключение на мебели); учебни материали (с изключение на апарати); пластмасови материали за опаковки (които не са включени в други класове); печатарски букви; клишета."*

***Клас 18:*** *"кожа и имитации на кожа и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; необработени кожи, куфари и пътни чанти; чадъри, слънчобрани и бастуни; камшици, хамути и сарашки стоки."*

***Клас 24:*** *"текстил и текстилни изделия, които не са включени в други класове; покривки за легла и маси."*

***Клас 25:*** *"облекло, обувки, шапки и други принадлежности за глава."*

***Клас 28:*** *"игри и играчки; гимнастически и спортни артикули, които не са включени в други класове; украшения за коледни елхи; карти за игра."*

***Клас 30:*** *"кафе, чай, какао, захар, ориз, тапиока, саго, заместители на кафе; брашно и произведения от зърнени храни, хляб, сладкиши и захарни изделия, сладоледи; мед, меласа; мая, бакпулвер; сол, горчица; оцет, сосове (подправки); подправки; лед."*

Във връзка с основанието за отказ на регистрация по чл. 12, ал. 3 от ЗМГО опонентът противопоставя две от горецитираните марки, а именно.

- Марка на ЕС , комбинирана, с рег. № 11319159, за която се твърди, че се ползва с известност за услугите от клас 35 на МКСУ *групиране на стоки, в това число игри, играчки и дрехи (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 и организиране, подреждане и предлагане на стоки на трети лица за продажба чрез интернет, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни;*
- Марка на ЕС „Hippoland", словна, с рег. № 11639879, за която се твърди, че се ползва с известност за услугите от клас 35 на МКСУ *представяне на стоки с цел продажба на дребно чрез всички средства за комуникация; реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност и по-специално търговия на дребно и едро със стоки за деца.*

Съгласно Решение от 10.07.2018 г. на състав по опозиции, по-ранните марки са определени като несходни с процесната марка, поради което съставът е заключил, че не съществува вероятност от объркване на потребителите, която включва възможност за свързване на процесната марка с по-ранните марки на опонента. Съставът по опозиции в посоченото решение не е изследвал наличието на кумулативните предпоставки на другото основание по чл. 12, ал. 3 от ЗМГО, доколкото е счел, че констатираното несходство в знаците е основание за неприложимост на нормата. С тези мотиви подадената опозиция е отхвърлена като неоснователна.

Решение от 10.07.2018 г. на състав по опозиции е било обжалвано. Производството по жалбата приключва с Решение № 148 от 24.04.2020 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България. В мотивите си административния орган приема, че независимо от идентичността и сходството на услугите от класове 35, 39 и 41 на МКСУ, липсата на сходство между противопоставените знаци, не може да доведе до вероятност за объркване на потребителите, включително и възможността за свързване на заявената марка с по-ранните. Поради приетия извод за липса на сходство между противопоставените марки, не е разгледано и повдигнатото основание по чл. 12, ал. 3 от ЗМГО.

Решението на председателя на Патентното ведомство е обжалвано. По жалбата е образувано адм. дело № 12097 по описа за 2021 г. на Административен съд – София-град (АССГ), 33 състав на АССГ. С решение № 1923 от 23.03.2022 г. по адм. дело № 12097 по

описа за 2021 г. на АССГ, 33 състав на АССГ, обжалваният административен акт е потвърден от съдебния орган.

Недоволно от решение № 1923 от 23.03.2022 г. по адм. дело № 12097 по описа за 2021 г. на АССГ, 33 състав на АССГ, дружеството „Хиполенд“ АД подава касационна жалба срещу решение № 1923 от 23.03.2022 г. по адм. дело № 12097 по описа за 2021 г. на АССГ, 33 състав на АССГ. По депозираната касационна жалба е образувано адм. дело № 7501 по описа за 2022 г. на Върховен административен съд (ВАС), Седмо отделение.

С Решение № 7870 от 14.07.2023 г. по адм. дело № 7501 по описа за 2022 г. ВАС отменя Решение № 1923 от 23.03.2022 г. по адм. дело № 12097 по описа за 2021 г. АССГ и Решение № 148 от 24.04.2020 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България, и връща преписката повторно разглеждане при съобразяване със задължителните указания на съда, дадени в мотивите и диспозитива на съдебния акт.

С Решение № РС-80-[1] от 03.04.2024 г. и въз основа на влязло в сила съдебно решение № 7870 от 14.07.2023 г. по адм. дело № 7501 по описа за 2022 г. на ВАС, Седмо отделение, преписката е била върната за повторно разглеждане.

При новото произнасяне с Решение от 13.11.2024 г. съставът по опозиции е уважил подадената на основание чл. 12 , ал. 3 от ЗМГО опозиция по отношение на услугите от клас 41: *отдаване под наем на играчки; отдаване под наем на оборудване за игри*, за които марката търси закрила. По отношение на останалите услуги, за които се търси закрила, опозиционният състав е заключил, че не са изпълнени кумулативните предпоставки за приложението на нормите на чл. 12, ал. 1, т. 2 и чл. 12 , ал. 3 от ЗМГО, поради това, че противопоставените марки са достатъчно различими, за да изключат наличието на вероятност от объркване и недоказано реално или потенциално несправедливо облагодетелстване от страна на заявителя от известността на по-ранната марка.

Срещу Решението от 13.11.2024 г. е подадена жалба на основание чл. 69, ал. 1, т. 3 от ЗМГО. С нея лицето, подало опозиция с вх. № BG/E/2016/1319155 от 24.02.2016 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 136999 „Happy Land“ - комбинирана, оспорва решението на състава по опозиции в частта, с която подадената от него опозиция е оставена изцяло без уважение във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, а във връзка с чл. 12, ал. 3 от ЗМГО е оставена без уважение за част от услугите, за които е заявена марката.

Председателят на Патентното ведомство се произнася по жалбата с Решение № РС-18-[1] от 25.02.2026 г., като жалбата е счетена за частично основателна. За да достигне до този извод, органът констатира следното:

При изследване на наличието на кумулативните предпоставки на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО е следвало да се съобрази влязлото в сила Решение № 7870 от 14.07.2023 г. по адм. дело № 7501 по описа за 2022 г. на ВАС, Седмо отделение на ВАС, с което се отменя Решение № 1923 от 23.03.2022 г. по адм. дело № 12097 по описа за 2021 г. на АССГ и Решение № 148 от 24.04.2020 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България.

В мотивите на посоченото решение, с което се отменя Решение № РС-148-[1]/24.04.2020 г. на председателя на Патентно ведомство, е видно, че според върховните съдии е признато наличието на по-ранно право върху марки от страна на опонента. На следващо място, съдът е достигнал до заключението, че всички услуги на противопоставените марки са идентични и сходни. В Решението на ВАС е извършена и съпоставка между заявената и по-ранните марки. В резултат на извършения анализ е достигнат изводът, че между заявената марка и по-ранните марки съществува фонетично, смислово и визуално сходство в различна степен. Достигайки до горните заключения, решаващият съд отменя решението и връща преписката на административния орган за изследване на твърдяната придобита висока отличителност на по-ранните марки в контекста на вероятността за объркване по смисъла на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО.

Доколкото за административния орган постановеното окончателно съдебно решение има обвързваща сила, като ответна страна по посоченото делото, горните констатации са приети в производството по жалбата.

Предвид всичко гореизложено председателят на Патентно ведомство стига до извода, че първите три кумулативни предпоставки на нормата на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО са изпълнени.

На проверка е подложен изводът на опозиционния състав за липса на вероятност за объркване на потребителите. В тази връзка е посочено, че вероятността за объркване на потребителите се преценява общо въз основа на всички относими по случая фактори, по-специално степен на сходство на стоките и/или услугите, степен на сходство на марките, степен на отличителност или известност на по-ранната марка, релевантен кръг потребители, начин на пазарна реализация и др. Отбелязано е също така, че преценката на вероятността за объркване трябва да се извърши от позицията на предполагаемите очаквания на средния потребител, който е добре информиран, достатъчно наблюдателен и съобразителен при вземане на решение за покупка.

Посочено е, че в производството по опозиция притежателят на по-ранните марки претендира повишена отличителност за две от тях, а именно марка с № 11639879 „Hippoland“, словна, и № 11319159 

, комбинирана. Извършеният подробен анализ на представените многобройни доказателства, свързани с твърдението за повишена отличителност на по-ранните знаци, установява доказаност на твърдението за повишена отличителност на по-ранната марка на ЕС с рег. № 11319159 

, за услугите от клас 35 *предлагане на стоки на трети лица за продажба чрез интернет, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни*, с което се потвърждава и изводът на опозиционния състав в обжалваното решение.

Освен за горецитираната услуга, от анализа на доказателствата се установява още, че марката на ЕС с рег. № 11319159 се ползва с повишена отличителност и по отношение на услугите от клас 35 *групиране на стоки, в това число игри, играчки и дрехи (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*. Според анализа, доказателствата свидетелстват за широка популярност на по-ранната марка и трайно присъствие на съответния пазар на детски стоки. Използването на знака и широката търговска мрежа на опонента предопределят повишената отличителност на знака в период, предхождащ датата на заявяване на атакуваната марка.

По отношение на по-ранната марка на ЕС с № 11639879 „Hippoland“, словна, и твърденията на опонента, че същата се ползва с известност за услугите от клас 35 *представяне на стоки с цел продажба на дребно чрез всички средства за комуникация; реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация,* председателят на Патентното ведомство стига до извод, че те не се подкрепят от представените в производството доказателства. Съществуването на интернет страница, без съпътстващи доказателства за намиращото се в нея съдържание или реализирани продажби, предопределят недоказаност на твърдението за повишена отличителност във връзка с услугите за продажба чрез комуникационни средства. По отношение на останалите услуги от клас 35 *реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация* не се установява предлагане от представените доказателства.

В следствие на горното е формиран извод, че по производството е доказано, че по-ранната марка на ЕС с рег. № 11319159 е придобила известност за услугите от клас 35 *предлагане на стоки на трети лица за продажба чрез интернет, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни,* и услугите *групиране на стоки, в това число игри, играчки и дрехи (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*.

Според решаващия орган доказаната повишената отличителност на по-ранната марка е по отношение на фигуративната комбинация от словни и графични елементи в нейната неделима цялост - 

. Тази комбинация не би могла да бъде разпозната в състава на процесната марка 

и отделена от различно представените графично и визуално словни елементи. Изтъква се, че единственото съвпадение в словния елемент “Land” не би могло да допринесе за наличие за вероятност от объркване на потребителите. Сочи се, че анализът, извършен в съдебното производство, показва, че между по-ранните марки и процесната марка е налице ниска степен на визуално сходство, фонетично сходство в средна степен и „известно концептуалното сходство между двете марки, макар и пълна липса на семантично сходство“, дължащо се единствено на общия словен елемент “Land”. Заключава се, че така извършената съпоставка предопределя липсата на вероятност за объркване, тъй като противопоставените знаци са ясно и категорично различими един от друг. При възприемането на знаците в цялост, сходството не е до такава степен, която да предизвика объркване, именно поради различното им цялостно въздействие. Следователно, независимо от признатата идентичност и сходството на сравняваните услуги, обект на марките по производството, потребителите ще са в състояние да разграничат ясно марките, тъй като сравняваните знаци имат различна структура и създават различно общо впечатление. С оглед посоченото председателят на Патентното ведомство заключава, че фактическият състав на чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО не е осъществен. От изложеното следва, че изводът за липса на вероятност за объркване на потребителите, достигнат в обжалваното Решение от 13.11.2024 г. на състава по опозиции, е правилен и решението в тази му част е потвърдено.

Извън горното и за пълнота на анализа е коментирано и твърдението на опонента, че процесната марка би се възприела като част от продуктовата му линия, тоест като част от фамилия марки на опонента, както и повишената отличителност на по-ранните знаци, като фактори, повишаващи вероятността за объркване на потребителите. Отбелязано е, че марка с рег. № 61321 и марки на ЕС № 9455635 и № 11319159 – за които опонентът счита, че формират фамилия марки, представляват един и същ знак. Посочено е, че наличието на многобройни регистрации, съдържащи комбинирания знак 

, макар и за различни стоки и услуги, не е достатъчно за констатация на фамилия марки, доколкото използването им на практика се явява използване на един знак. Заключено е, че посочените знаци следва да бъдат разглеждани като една марка, за целите на анализа за наличие на фамилия марки. Оттук, предмет на анализ са знаците „Hippoland” и



. По отношение на тях обаче е достигнато до извод, че те не могат да формират фамилия от марки, предвид изискването за три или повече марки, поради което не се налага и по-нататъшно изследване на фактора фамилия марки във връзка с вероятността за объркване на потребителите. Крайният извод на председателя на Патентното ведомство е, че правилно опозиционният състав е оставил без уважение претенцията на опонента за наличие на фамилия от марки.

По отношение на разпоредбата на чл. 12, ал. 3 от ЗМГО, която гласи, че не се регистрира марка, която е идентична или сходна на по-ранна марка и е предназначена за стоки или услуги, независимо дали са идентични, сходни или не на тези, за които по-ранната марка е регистрирана, когато по-ранната марка се ползва с известност на територията на Република България, или в случаите на марка на Европейския съюз - на територията на Европейския съюз, и използването без основание на заявената марка би довело до несправедливо облагодетелстване от отличителния характер или от известността на по-ранната марка или би ги увредило, в решение № РС-18-[1] от 25.02.2026 г. е установено следното:

Съгласно влязлото в сила съдебно Решение № 7870 от 14.07.2023 г., по адм. дело № 7501 по описа за 2022 г. на ВАС, е прието наличие на по-ранни марки, противопоставени от опонента. Предвид това, първият елемент на разпоредбата е изпълнен.

Посочено е, че известността на по-ранната регистрирана марка следва да се установи към датата на заявяване на процесната марка за стоките/услугите, на които се основава опозицията. Преценката за това дали по-ранната марка се ползва с известност на територията на Република България, следва да се извърши към датата 22.05.2015 г. - датата на заявяване на процесната марка, и по отношение на стоките/услугите, за които се претендира известност на по-ранните марки. В тази връзка и според опонента неговите по-ранни марки с № 11319159 и № 11639879 се ползват с репутация на територията на Република България.

Репутацията предполага ниво на познаване на марката, което се достига само когато тя е известна на значителна част от съответния кръг потребители за стоките или услугите, които обхваща. Съгласно разпоредбата на чл. 12, ал. 10 от ЗМГО, кореспондиращ на чл. 50а от ЗМГО (отм.), при определяне на марка като общоизвестна или ползваща се с известност се вземат предвид следните обстоятелства:

1. степен на известност или признаване на марката в съответната част от обществото, която обхваща действителните или потенциалните потребители на стоката или услугата, лицата, заети в съответната разпространителска мрежа, и деловите кръгове, ангажирани с дадените стоки или услуги;
2. продължителност, степен и географска област на използване на марката;
3. продължителност, степен и географска област на публично представяне на марката, в това число рекламиране, разгласяване или излагане на панаири и/или изложби на стоките или услугите, за които се използва марката;
4. данни за успешно прилагане на правото върху марката, ако тя е регистрирана;
5. стойност на марката;
6. други обстоятелства.

Съгласно чл.12, ал.3 от ЗМГО, съответната територия за установяване на известността на по-ранната марка е територията на закрилата: по-ранната марка трябва да бъде ползваща се с известност на територията, на която е регистрирана. Следователно за националните

марки съответната територия е територията на България, докато за марка на ЕС съответната територия е Европейският съюз.

Съвкупният анализ на представените в производството доказателства за придобитата отличителност е довел до извод, че опонентът е доказал, че по-ранна марка на ЕС 

, комбинирана, с № 11319159, е марка, ползваща се с известност на територията на Република България към датата 22.05.2015 г. – датата на заявяване на процесната марка, по отношение на услугите от клас 35 на МКСУ *предлагане на стоки на трети лица за продажба чрез интернет, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни* и услугите *групиране на стоки, в това число игри, играчки и дрехи (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*.

По отношение на другата по-ранната марка на ЕС с № 11639879 „Hippoland“, словна, по-горе вече бе посочено, че не се достига до извод, че тя е ползваща се с известност на територията на Република България.

Предвид това анализът за приложението на нормата на чл. 12, ал. 3 от ЗМГО е извършен само по отношение на по-ранна марка на ЕС с № 11319159 .

Установено е, че посочените услуги от клас 35, предлагани под марка на ЕС № 11319159, са публично представени пред неограничен кръг от релевантни потребители на територията на Република България, като с основание може да се предположи, че по този начин освен придобиването на повишена отличителност се доказва изискването, залегнало в чл. 12, ал. 3 от ЗМГО, относно известността на по-ранната противопоставена марка за посочените услуги. Предвид това се стига до извод, че по-ранната марка се ползва с известност на територията на Република България за описаните по-горе услуги от клас 35 към датата на заявяване на атакуваната марка, като по този начин изводите на опозиционния състав относно доказаната известност на по-ранната марка се подкрепят в производството по жалбата, но с по-голям обхват на услугите, за които се признава известността. Оттук председателят на Патентното ведомство заключава, че и третият кумулативно изискуем елемент на нормата на чл. 12, ал. 3 от ЗМГО е изпълнен.

По отношение на несправедливото облагодетелстване или увреждане на отличителния характер или известността на по-ранната марка, председателят на Патентното ведомство изтъква, че съгласно текста на действащата разпоредба на чл. 12, ал. 3 от ЗМГО защитата, предвидена в тази разпоредба, е независимо дали стоките или услугите, за които е подадена заявката, са идентични, сходни или не са сходни с тези, за които е регистрирана по-ранната марка. Акцентира се, че защитата по силата на чл. 12, ал. 3 от ЗМГО се предоставя за всички случаи, в които има вероятност използването на процесната марка да окаже неблагоприятно влияние върху по-ранната марка, в смисъл да намали нейната отличителна способност (вреда върху отличителния характер); или обезцени имиджа, който тя е придобила сред потребителите (вреда върху известността); или в които има вероятност използването на оспорваната марка да доведе до злоупотреба с нейната привлекателност или до експлоатиране на нейния имидж и престиж (несправедливо облагодетелстване от отличителния характер или известността). Отбелязва се, че тези изисквания са алтернативни, което означава, че изпълнението само на едно от тях е достатъчно, за да е изпълнено четвъртото кумулативно условие на чл.12, ал. 3 от ЗМГО, а именно да е налице „посегателство” върху известността.

За целите на анализа се сочи, че съставът по опозиции е достигнал до заключението, че е налице „посегателство“ върху известността на по-ранната марка, а именно наличие на възползване от отличителния характер и известността на по-ранната по отношение, само и единствено по отношение на атакуваните услуги от клас 41 *отдаване под наем на играчки;*

*отдаване под наем на оборудване за игри*, които попадат в близък пазарен сектор на услугите, за които е прието, че по-ранната марка се ползва с известност. Според състава, притежателят на по-ранната марка не е успял да представи убедителна линия от аргументи в подкрепа на това, че при среща с процесния знак потребителите на останалите услуги, за които се търси закрила, ще предположат, че се предлагат от „ХИПОЛЕНД“ АД, с оглед на което да ги предпочетат пред останалите предложения на пазара, като по този начин заявителят да се възползва от известността на по-ранната марка.

Председателят на Патентното ведомство обаче сочи, че наличието на сходства в противопоставените знаци, макар и само в отделни техни елементи, е възможно да предизвика обосновано предположение за наличие на връзка между по-ранната марка и заявената марка, когато стоките/услугите, които означават, са достатъчно близки, за да извикат в съзнанието на потребителите известния по-ранен знак. Приема се, че това до известна степен би мотивирало потребителите да изберат да заплатят за услуги, обозначени със знака на процесната марка, очаквайки, че те ще имат качествата на услугите, предоставяне с известната марка. Допълва се, че интензивното рекламиране на по-ранната марка и обективните данни от социологическото проучване показват еднозначно, че по-ранната марка е с изградена добра репутация в съзнанието на съответните потребители. Допълнително към това сочи, че следва да се отчетат също и благотворителните каузи, в които е участвал притежателят на по-ранната, ползваща се с известност марка. С участието в подобни активности и срещата на потребителите с по-ранната марка се създават определени положителни настроения сред потребителите, което неминуемо води и до натрупване на солидна положителна репутация към марката. По този начин освен с чисто търговските успехи, дейностите, осъществявани с по-ранната марка, постигат и определен социален ефект, чието значение към репутацията не бива да бъде подминавано.

Отбелязва се, че несправедливото облагодетелстване или увреждането на отличителния характер или известността на марката предполагат потребителите да асоциират по-късния с по-ранния знак. Асоциирането ще е безспорно при наличието на пълно съвпадение между релевантните потребители, дължащо се на идентичността и сходството на процесните стоки/услуги. Когато марките в конфликт обхващат несходни стоки/услуги обаче, освен асоцииране на марките, те трябва да могат да направят връзка и между техните стоки/услуги.

Предвид горното и доколкото демонстрираната репутация на по-ранната марка е създала положителни емоции в потребителите, председателят на Патентното ведомство приема, че те могат да бъдат привлечени от имиджа, който е създаден от по-ранната марка, в търсене на очакваното качество на сходните услугите, обозначени с нея. Заключава се, че в съзнанието на релевантните потребители би се създала мотивация за заплащане на сходна услуга, обозначена с процесния знак, дотолкова доколкото същият черпи своята привлекателност от известността на по-ранната марка, която е добита в следствие на множество инвестиции и дейности по популяризирането и защитата ѝ.

Във връзка с това председателят на Патентното ведомство приема, че следва да се извърши сравнителен анализ на услугите клас 35 *предлагане на стоки на трети лица за продажба чрез интернет, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни* и *групиране на стоки, в това число игри, играчки и дрехи (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*, за които се установи, че по-ранната марка се ползва с известност, с тези на процесната заявка за регистрация от класове 35, 39, 41 и 43 на МКСУ, а именно:

**- клас 35**: *абониране за вестници [за трети лица]; абониране за телекомуникационни услуги [за трети лица]; агенции за внос и износ; агенции за търговска информация; административно обработване на поръчки на клиенти; административно управление на компании от подизпълнител; административно управление на хотели; актуализиране и поддържане на данни в компютърни бази данни; актуализиране на рекламни материали; анализ на себестойността; бизнес мениджмънт на спортисти; бизнес одити; бизнес*

*оценка на търговска ефективност; бизнес управление за доставчици на услуги на свободна практика; бизнес управление на програми за възстановяване на средства за трети лица; връзки с обществеността; възпроизвеждане на документи; дизайн на рекламни материали; изготвяне на ведомости; изготвяне на статистически данни; издаване на фактури; изследване на пазара; изследвания с търговска цел; икономическо прогнозиране; консултантски услуги в областта на човешките ресурси; консултантски услуги за търговско управление; консултации в областта на организирането на търговията; консултации в областта на търговското ръководство и организация; консултации в областта на търговското управление; маркетинг; машинописни услуги; набиране на кадри; набиране на спонсори; насърчаване на продажбите [за трети лица]; он-лайн реклама в компютърна мрежа; оптимизиране на търсещи системи; оптимизиране на уебсайт – трафик; организиране на изложби с търговска или рекламна цел; организиране на модни ревюта с промоционална цел; организиране на търгове; организиране на търговски панаири с търговска или рекламна цел; осигуряване на он-лайн пазар за покупко-продажба на стоки и услуги; отдаване под наем на автомати за продажба; отдаване под наем на канцеларски машини и апарати; отдаване под наем на рекламни билбордове; 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; отдаване под наем на търговски щандове; отдаване под наем на фотокопирни машини; подизпълнителски услуги (търговско подпомагане); подпомагане на търговското управление; подреждане на витрини; помощ при управление на търговски или промишлени предприятия; попълване на данъчни декларации; преглед на печата; пей пер клик реклама; предоставяне на бизнес информация чрез уеб сайт; предоставяне на търговска информация и консултации за потребители [търговска консултация в магазините]; представяне на стоки; представяне на стоки на дребно с цел продажба чрез комуникационни средства; предоставяне на търговска и фирмена информация за контакти; приемане на телефонни съобщения [за отсъстващи абонати]; производство на рекламни филми; проучване на общественото мнение; проучване на пазара; проучване с търговска цел*; *професионални консултации в областта на търговията; психологическо тестване за подбор на кадри; публикуване на рекламни текстове; радиорекламиране; разпространение на мостри; разпространение на рекламни материали; разпространение на рекламни материали по пощата [листовки, проспекти, брошури, мостри]; реклама; рекламиране на открито; рекламиране чрез афиши; рекламиране чрез пощенски поръчки; рекламиране чрез телевизията; рекламни агенции; секретарски услуги; систематизиране на информация в компютърни бази данни; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; стенографски услуги; счетоводни услуги; събиране на информация в компютърни бази данни; създаване на рекламни текстове; съставяне на автобиографии за трети лица; съставяне на извлечения от сметки; текстообработка; телемаркетингови услуги; транскрибиране на съобщения [административна дейност]; трудови борси; търговия на дребно и едро с фармацевтични*, *ветеринарни, санитарни и медицински препарати; търговска информация; търговски оценки; търговски справки; търговски посреднически услуги; търговско управление на лицензиране на стоки и услуги за трети лица; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]; управление на бизнес проекти; управление на компютърни файлове; управление на сделки в областта на изкуството; услуги за подаване на данъчни декларации; услуги за художествено оформление за рекламни цели; услуги, свързани с водене на преговори и сключване на търговски сделки за сметка на трети лица; услуги на манекени, свързани с рекламиране и представяне на стоки; услуги, свързани със сравняване на цени; услуги, свързани с преместване на предприятия; фотокопирни услуги*;

- **клас 39**: *автобусен транспорт; автомобилен транспорт; болничен транспорт; бутилиране; воден транспорт; водоразпръскване; водоснабдяване; въздушен транспорт; доставяне на стоки по пощата; доставяне на цветя цветя; експедиране на товари;*

*експлоатация на шлюзи на канали; електроразпределение; железопътен транспорт; изваждане на потънали кораби; изстрелване на сателити за сметка на трети лица; информационни услуги в областта на транспорта; информационни услуги, в областта на складирането; комисионерство при превозване на товари; корабно комисионерство; куриерски услуги [съобщения или стоки]; лодки за екскурзия; материално съхраняване на носители на данни или на електронно съхранени документи; морски транспорт; наемане на кораби за превоз на стоки; опаковане на подаръци; опаковане на стоки; организиране на екскурзии; организиране на морски пътувания; отдаване под наем на автобуси; отдаване под наем на автомобили; отдаване под наем на водолазни звънци, кесони; отдаване под наем на водолазни комплекти; отдаване под наем на гаражи; отдаване под наем на железопътни вагони; отдаване под наем на жп товарни вагони-платформи; отдаване под наем на инвалидни колички; отдаване под наем на камери за дълбоко замразяване; отдаване под наем на коне; отдаване под наем на летателни апарати; отдаване под наем на навигационни системи; отдаване под наем на паркинги; отдаване под наем на плавателни съдове; отдаване под наем на превозни средства с покрити багажници; отдаване под наем на самолетни двигатели; отдаване под наем на складове за стоки; отдаване под наем на складови контейнери; отдаване под наем на сухопътни превозни средства; отдаване под наем на състезателни коли; отдаване под наем на фризери; отдаване под наем на хладилници; охранителен транспорт за скъпоценности; пакетиране на стоки; паркинги за автомобили; пилотиране; подводно спасяване; превозване [на стоки]; превозване на товари, стоки; предоставяне на информация за движението на транспортните средства; предоставяне на упътвания за шофьори при пътуване; пренасяне на багаж; придружаване на пътници; пътна помощ на аварирали превозни средства [транспорт]; пътнически резервации; пътнически транспорт; разбиване на лед; разглеждане на забележителности [туризъм]; разнасяне на вестници; разнасяне на колети; разнасяне на стоки; разнасяне на съобщения; разпространение на енергия; разтоварване и пренасяне на стоки с лихтер; разтоварване на кораби; резервация на места за пътуване; речен транспорт; складиране; складиране на стоки; спасителни операции [транспорт]; спасяване на имущество, стоки; спасяване на кораби от потъване; съхраняване на плавателни съдове таксиметров транспорт; теглене; теглене на буксир; товарене и разтоварване на кораби; трамваен транспорт; транспорт; транспортиране и складиране на отпадъци; транспортиране и складиране на смет; транспортиране на мебели; транспортиране на пътници; транспортиране по тръбопровод; транспортиране с бронирани автомобили; транспортиране с шлепове; транспортна логистика; транспортни резервации; транспортно комисионерство; услуги по преместване, пренасяне; фериботен транспорт; франкиране на пощенски пратки; шофьорски услуги*;

- **клас 41**: *компютърна предпечатна подготовка; агенции за билетни услуги [развлечение]; академии [образование]; ваканционни лагери [развлечение]; видеозаписни услуги; гимнастически тренировки; дискотеки; доставка на он-лайн електронни публикации [без възможност да бъдат прехвърляни върху друг носител]; дресиране на животни; жестомимичен превод; забавачки; задочно обучение; заемни библиотеки; звукозаписни студия; зоологически градини; издаване на книги; информационни услуги в областта на образованието; информационни услуги в областта на развлеченията; информационни услуги за отмора и почивка; калиграфски услуги; киностудия; клубни услуги [развлечения или обучение]; композиране на музика; микрофилмиране; монтаж на видеоленти; мюзикхоли; нощни клубове; образователни услуги; обучение; озвучаване на филми, радио и телевизионни програми; он-лайн публикуване на електронни книги и периодични издания; организиране и провеждане на колоквиуми; организиране и провеждане на конгреси; организиране и провеждане на конференции; организиране и провеждане на концерти; организиране и провеждане на практически семинари [обучение]; организиране и провеждане на семинари; организиране и провеждане на*

*симпозиуми; организиране на балове; организиране на изложби с културни или развлекателни цели; организиране на конкурси [образование или развлечения]; организиране на конкурси за красота; организиране на лотарии; организиране на модни ревюта с развлекателна цел; организиране на представления [импресарски услуги]; организиране на приеми [развлечения]; организиране на спортни състезания; оркестри; осигуряване на оборудване за казина [хазарт]; осигуряване на оборудване за караоке; осигуряване на оборудване за музеи [представления, изложби]; осигуряване на спортни съоръжения; осигуряване на съоръжения за голф; осигуряване на съоръжения за отмора; осигуряване на услуги в зали с игрални автомати; отдаване под наем на апарати за осветяване на театрални декори или телевизионни студия; отдаване под наем на аудиооборудване; отдаване под наем на видеокамери; отдаване под наем на видеокасети; отдаване под наем на видеокасетофони; отдаване под наем на екипировка за подводно плуване; отдаване под наем на звукозаписи; отдаване под наем на играчки; отдаване под наем на кинопрожекционни апарати и принадлежности; отдаване под наем на кинофилми; отдаване под наем на оборудване за игри; отдаване под наем на радио- и телевизионни приемници; отдаване под наем на спортни площадки и терени; отдаване под наем на спортни съоръжения [с изключение на превозни средства]; отдаване под наем на сценични декори; отдаване под наем на съоръжения за стадиони; отдаване под наем на тенискортове; отдаване под наем на шоудекори; писане на сценарии; подвижни библиотечни услуги; позиране на модели за художници; практическо обучение [демонстрация]; преводачески услуги; представления на живо; представяне на кинотеатри; предоставяне на он-лайн видео без възможност за сваляне; предоставяне на он-лайн музика без възможност за сваляне; преподаване; провеждане на изпити; провеждане на курсове по фитнес; прожекция на филми; производство на музика; производство на радио- и телевизионни програми; производство на филми, с изключение на рекламни; професионална преквалификация; професионално ориентиране [съвети в областта на образованието и обучението]; публикуване на текстове [с изключение на рекламни текстове]; радиоразвлечения; развлечения; резервация на места за представления; религиозно обучение; репортерски услуги; спортни клубове; спортни лагери; субтитриране на филми; създаване на текстове (с изключение на рекламни текстове); театрални продукции; телевизионни развлечения; увеселителни паркове; услуги за художествено оформление, с изключение на такива за рекламни цели; услуги на артисти; услуги на дисководещи; услуги на лични треньори [фитнес]; услуги на треньори [обучение]; услуги на училища [образование]; услуги, свързани с провеждане на он-лайн игри [от мрежа]; услуги на частни учители; устен превод; училища – пансиони; физическо възпитание; фотографски услуги; фоторепортажи; хазартни игри; хронометриране на спортни прояви; цирков; шоупродукции*.

- **клас 43**: *барчета; бюра за настаняване [хотели, пансиони]; ваканционни лагери [настаняване]; детски ясли; домове за възрастни хора; закусвални; изработване на скулптури от храна; кафенета; мотели; обслужване на бар; осигуряване на условия за къмпинг; отдаване под наем на автомати (диспенсери) за питейна вода; отдаване под наем на готварски уреди; отдаване под наем на зали за срещи; отдаване под наем на осветителни апарати; отдаване под наем на палатки; отдаване под наем на преносими постройки; отдаване под наем на столове, маси, покривки за маса и стъклени съдове; пансиони; пансиони за животни; предоставяне на временен подслон; приготвяне и доставка на храни и напитки; резервации за временен подслон; резервации за пансиони; резервации за хотели; ресторанти; ресторанти на самообслужване; столове; туристически домове, хижи; хотели*.

От извършения анализ се достига до извод за установяване на връзка между заявените услуги в клас 35 *осигуряване на он-лайн пазар за покупко-продажба на стоки и услуги; предоставяне на търговска информация и консултации за потребители [търговска*

*консултация в магазините]; представяне на стоки; представяне на стоки на дребно с цел продажба чрез комуникационни средства* и услугите от клас 35 на по-ранната марка, за които тя се ползва с известност. Посочените услуги са във връзка с предлагането до неопределен кръг лица, на стоки за продажба. Услугите са с близко естество и релевантни потребители. По този начин заявените услуги, предлагани под знака на процесната марка, могат да бъдат предпочетени от крайните потребители, чието позитивното възприятие за по-ранната марка би било от решаващо значение при избора на изпълнител на посочените услуги. Според председателя на Патентното ведомство, горното изпълва концепцията за несправедливо облагодетелстване от отличителния характер или известността на по-ранната марка, или тяхното увреждане.

По отношение на услугите *актуализиране и поддържане на данни в компютърни бази данни; актуализиране на рекламни материали; насърчаване на продажбите [за трети лица]; он-лайн реклама в компютърна мрежа; оптимизиране на уебсайт – трафик; отдаване под наем на рекламно време във всички средства за комуникация; отдаване под наем на рекламно пространство и време; отдаване под наем на търговски щандове; подреждане на витрини; систематизиране на информация в компютърни бази данни; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]* от клас 35 на заявената за регистрация марка се отбелязва, че те имат общи характеристики с услугите, за които по-ранната марка е доказала своята репутация. Така например, услугите свързани с реклама са във връзка с услугите по предлагане на стоки на трети лица. И двете услуги имат за цел подпомагане на продажбата на стоки до трети лица при достигането до неограничен кръг от потребители чрез представяне. Като цяло изброените услуги имат определени сходства, обособени от предмета им, свързан с подпомагането на продажбите в полза на трети лица чрез представяне на стоки.

Относно останалите услуги от клас 35 на заявената марка, изброени подробно по-горе, не се установяват допирни точки, които могат да обосноват наличие на връзка между тях и услугите, за които по-ранната марка се ползва с известност.

Връзка е констатирана и между услугите *доставяне на стоки по пощата; експедиране на товари; куриерски услуги [съобщения или стоки]; опаковане на подаръци; опаковане на стоки; превозване [на стоки]; превозване на товари, стоки; разнасяне на стоки* от клас 39 на заявената марка, и тези от клас 35 на по-ранната, ползваща се с известност марка. Разглежданите услуги могат да се отнесат към дейностите по предлагане на стоки на трети лица за продажба и групиране на стоки на марката, ползваща се с известност. С основание може да се предположи, че лице, което предлага комплексна услуга по предлагане на стоки, може да включва и транспортираното на стоките, които предлага.

По отношение на останалите услуги от клас 39 на заявената марка не се установява да могат да бъдат свързани с услугите от клас 35, за които по-ранната марка се ползва с известност. Отбелязва се, че тези услуги имат различно естество и пазарна реализация, която предопределя и различния потребителски кръг.

Връзка е установена и между услугите *забавачки; увеселителни паркове; услуги, свързани с провеждане на он-лайн игри [от мрежа]* от клас 41 и услугите *детски ясли* от клас 43 на процесната марка, и услугите от клас 35 на по-ранната, ползваща се с известност марка, която връзка е опосредена от това, че предметът на първите е дефиниран с конкретно изброяване на стоките, с които се предоставят съответните услуги, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни.

Между останалите услуги от класове 41 и 43 на заявената марка, и тези от клас 35 на по-ранната, ползваща се с известност марка, не е установена връзка, респективно получаване на закрила по отношение на тях не би навредило върху отличителния характер на по-ранната марка.

В обобщение, при извършения по-горе анализ се установява, че при срещата си с процесния знак , потребителите биха направили връзка с по-ранната марка , ползваща се с известност, относно услугите *актуализиране и поддържане на данни в компютърни бази данни; актуализиране на рекламни материали; насърчаване на продажбите [за трети лица]; он-лайн реклама в компютърна мрежа; оптимизиране на уебсайт – трафик; отдаване под наем на рекламно време във всички средства за комуникация; отдаване под наем на рекламно пространство и време; отдаване под наем на търговски щандове; подреждане на витрини; систематизиране на информация в компютърни бази данни; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]* **от клас 35**, *доставяне на стоки по пощата; експедиране на товари; куриерски услуги [съобщения или стоки]; опаковане на подаръци; опаковане на стоки; превозване [на стоки]; превозване на товари, стоки; разнасяне на стоки* **от клас 39**, както и с *отдаване под наем на играчки; отдаване под наем на оборудване за игри", за които опозиционният състав е постановил отказ, също и със „забавачки; увеселителни паркове; услуги, свързани с провеждане на он-лайн игри [от мрежа]* **от клас 41** и услугите *детски ясли* **от клас 43**. При изследването на кумулативните предпоставки за приложението на чл. 12, ал. 3 от ЗМГО не се изисква степента на прилика между марката с репутация и използвания от третото лице знак да е от такова естество, че да съществува вероятност от объркване в съзнанието на съответните потребители. Предвид това се сочи, че в настоящия случай съвпадащите елементи на противопоставените марки и услугите, за които се установи, че могат да се свържат с услугите, за които по-ранната марка се ползва с известност, предопределят приложението на относителната забрана за отказ на регистрация на това основание. Установената степен на прилика между марката с добра репутация и заявения знак е достатъчна, за да се приеме, че за съответните потребители е възможно да направят връзка между тях. Предвид това председателят на Патентното ведомство приема, че при избора си на изрично изброените по-горе услуги на атакуваната марка потребителите могат да направят мотивиран избор, свързващ се с доброто име и известност на по-ранната марка, като очакват услугите, предлагани с по-късния знак, да са свързани по някакъв начин с притежателя на марката, ползваща се с известност.

По отношение на останалите услуги на процесната марка, за които не се установява каквато и да е връзка с услугите от клас 35, за които по-ранната марка се ползва с известност, се заключава, че не съществува дори потенциален шанс за увреда на по-ранната марка при използването на процесния знак. При избора на посочените услуги, потребителите не биха били мотивирани от репутацията на по-ранната марка, тъй като описаните услуги са разнородни дейности в различни сфери, които нямат общо с услугите, за които по-ранната марка доказва своята известност.

От направения по-горе анализ на представените в опозиционното производство доказателства и аргументите, изложени производството по жалбата, се установява, че кумулативният фактически състав на повдигнатото основание за отказ на регистрация по чл. 12, ал. 3 от ЗМГО е изпълнен по отношение на услугите *актуализиране и поддържане на данни в компютърни бази данни; актуализиране на рекламни материали; насърчаване на продажбите [за трети лица]; он-лайн реклама в компютърна мрежа; оптимизиране на уебсайт – трафик; отдаване под наем на рекламно време във всички средства за*

*комуникация; отдаване под наем на рекламно пространство и време; отдаване под наем на търговски щандове; подреждане на витрини; систематизиране на информация в компютърни бази данни; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]* **от клас 35**, *доставяне на стоки по пощата; експедиране на товари; куриерски услуги [съобщения или стоки]; опаковане на подаръци; опаковане на стоки; превозване [на стоки]; превозване на товари, стоки; разнасяне на стоки* **от клас 39**, *забавачки; увеселителни паркове; услуги, свързани с провеждане на он-лайн игри [от мрежа]* **от клас 41** и услугите *детски ясли* **от клас 43,** и регистрацията на заявената марка следва да бъде отказана за тях. По този начин решението, с което подадената опозиция е оставена без уважение по отношение на описаните по-горе услуги, се явява незаконосъобразно и като такова е отменено в тази му част.

Констатацията, достигната в опозиционното производство, за отказ на регистрация на процесната марка за услугите *отдаване под наем на играчки; отдаване под наем на оборудване за игри* **от клас 41** не е оспорвана от заявителя на марката, поради което в тази част решението на опозиционния състав се счита за влязло в сила.

По отношение на останалите услуги класове 35, 39, 41 и 43 на МКСУ, се установява, че кумулативният фактически състав на повдигнатото основание по чл. 12, ал. 3 от ЗМГО не е изпълнен. По този начин обжалваното решение в тази му част се явява законосъобразно, предвид което същото е потвърдено, а подадената срещу него жалба е оставена без уважение.

Решение № РС-18-[1] от 25.02.2026 г. на председателя на Патентно ведомство не е обжалвано и е влязло в сила. Предвид горното и доколкото решение № РС-18-[1] от 25.02.2026 г. на председателя на Патентно ведомство има обвързваща сила за всички страни по производството по опозицията, за съставът по опозиции възниква задължението да го изпълни, издавайки акт, който да съобрази мотивите и диспозитива, съдържащи се в него.

Въз основа на гореизложеното и възприемайки изцяло изложените по-горе мотиви, на основание чл. 57, ал. 9, т. 2 от ЗМГО, опозиционният състав

**РЕШИ:**

**ОТКАЗВА РЕГИСТРАЦИЯТА** на марка 

, комбинирана, вх. № 136999 от 22.05.2015 г., на основание чл. 12, ал. 3 от ЗМГО за следните услуги, за които се търси закрила:

- *актуализиране и поддържане на данни в компютърни бази данни; актуализиране на рекламни материали; насърчаване на продажбите [за трети лица]; он-лайн реклама в компютърна мрежа; оптимизиране на уебсайт – трафик; отдаване под наем на рекламно време във всички средства за комуникация; отдаване под наем на рекламно пространство и време; отдаване под наем на търговски щандове; подреждане на витрини; систематизиране на информация в компютърни бази данни; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]* **от клас 35**;
- *доставяне на стоки по пощата; експедиране на товари; куриерски услуги [съобщения или стоки]; опаковане на подаръци; опаковане на стоки; превозване [на стоки]; превозване на товари, стоки; разнасяне на стоки* **от клас 39;**

- *забавачки; увеселителни паркове; услуги, свързани с провеждане на он-лайн игри [от мрежа]* **от клас 41;**
- *детски ясли* **от клас 43.**

**ОСТАВЯ БЕЗ УВАЖЕНИЕ** опозиция вх. № BG/E/2016/1319155 от 24.02.2016 г. срещу регистрацията на марка , комбинирана, вх. № 136999 от 22.05.2015 г., в частта ѝ, основана на чл. 12, ал. 3 от ЗМГО, по отношение на останалите услуги от класове 35, 39, 41 и 43, за които се търси закрила.

На основание чл. 69, ал. 1, т. 3 от ЗМГО решението може да се обжалва пред Патентно ведомство в двумесечен срок от датата на съобщаването му.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА СЪСТАВА:

X

Държавен експерт от ДЕОМГО

И
ЧЛЕНОВЕ:

1. X

Главен експерт ДЕОМГО

2. X

Старши експерт ДЕОМГО