РЕШЕНИЕ № РС-167-[1]/15.10.2026 г.

Образувано е производство за разглеждане на жалба с вх.№ 177293-[7]/26.02.2026 г. от „Консул“ ООД, град София, срещу решение за пълен отказ на регистрацията на триизмерна марка с вх.№ 177293.

СЪЩНОСТ НА ЖАЛБАТА НА КОНСУЛ ООД, ГРАД СОФИЯ

Жалбата е с правно основание чл. 69, ал. 1, т. 2 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО). С нея заявителят на триизмерна марка с вх.№ 177293, иска отмяна на решение от 05.01.2026 г. за пълен отказ на регистрацията ѝ във връзка с чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО.

С направеното искане за отмяна на оспореното решение жалбоподателят твърди, че заявената марка притежава присъща отличителност. Споделя, че при условията на еднакъв подход при преценката на отличителността на какъвто и да е вид марка, съществува противоречие с търсените в експертизата на процесния знак впечатляващи и приковаващи вниманието елементи. Повтаря аргумента от отговора си по предварителния отказ, че съществена характеристика на образа на кутия са страничните стени, разделени хоризонтално на две равни половини – гладка горна и оребрена долна повърхност. Смята, че това сочат и дадените в отказа примери. Продължава с коментарите на отделните съображения, изразени в решението за отказ. Обсъжда поставянето на изискването за достатъчно отдалечаване от обичаите и нормите на пазара. Говори и за установената практика относно отличителността на обемните марки; за отхвърлянето на твърдението за тактилното възприятие на заявения знак; за свободата на дизайнера при конструирането на кутията; за приложимостта на правилото, че заявената форма повтаря формата на продукта, за който е предназначена.

Изнася някои факти, свързани със заявения обем, а именно, че е бил обект на защита като промишлен дизайн. Прави паралел между режима на закрила като марка и като дизайн. Счита, че присъствието на формата на кутията на пазара като защитен промишлен дизайн я превръща в отличителна от гл.т. на абсолютните основания за отказ на регистрацията на марка.

Накрая цитира вече регистрирани като марки опаковки (бутилки).

В заключение иска отмяна на постановения отказ и връщане на заявката за продължаване на процедурата по нейната регистрация.

ФАКТИЧЕСКА ОБСТАНОВКА

1. Идентификация на жалбоподателя

1.1. „Консул“ ООД; с ЕИК: 115031369; със седалище и адрес на управление: ПК 1407 София, район Лозенец, бул. „Черни връх“ 46, ет. 2, ап. 9; с управители: [име, презиме, фамилия]; [име, презиме, фамилия]; [име, презиме, фамилия]; с начин на представляване: по друг начин: заедно и поотделно - заявител на триизмерна марка с вх.№ 177293, чрез пълномощник.

2. Установени факти

2.1. Марка, обект на решението за отказ

Решението за пълен отказ е постановено във връзка със заявка за регистрация на триизмерна марка с вх.№ 177293, заявена на 27.04.2025 г. за стоките от клас 30 на МКСУ „майонеза; сосове на основата на майонеза; сосове“.

Съгласно библиографските данни на марката изображението ѝ е:



3. Оспорено решение

С решение от 05.01.2026 г., на основание чл. 47, ал. 3 във връзка с чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО е постановен пълен отказ за регистрация на триизмерна марка с вх. № 177293. За да вземе решението за отказ, експертизата е приела, че заявената марка се състои изцяло от реалистичен образ на бяла пластмасова кутия, която не се различава съществено от основните опаковки (кутии), използвани в сектора на заявените стоки. Добавя, че тя не съдържа впечатляващи или уникални особености, които да я отличат от аналогичните форми на пазара. Коментира и отхвърля всички аргументи на заявителя, представени с възражението му в хода на експертизата по същество.

ПРАВНИ ИЗВОДИ

1. По допустимостта

Жалбата е допустима, тъй като:

- депозирана е чрез пълномощник, който надлежно я е подписал и в хода на производството по заявката е представил пълномощно;

- подадена е в срока по чл. 70, ал. 1 от ЗМГО;

- жалбоподателят е лице с правен интерес, доколкото е заявител на триизмерна марка с вх. № 177293;

- дължимата такса е платена в размера, определен в чл. 3, ал. 1, т. 6, б. б) от Тарифата за таксите, които се събират от Патентното ведомство на Република България.

2. По основателността

Жалбата е неоснователна. Съображенията за това са следните:

Предвид оспореното решение, законосъобразността на отказа за регистрация трябва да се прецени във връзка с приложимостта на чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО.

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 или услугите, за които е заявена.

Според константната съдебна практика отличителният характер на марката се разглежда спрямо стоките или услугите ѝ и релевантните (средните) потребители[1], които са добре информирани, достатъчно наблюдателни и съобразителни при вземане на решение за покупка.

Критериите за оценка на отличителността на триизмерни марки, състоящи се от формата на продукта или на неговата опаковка, не се различават от тези, приложими спрямо другите видове марки. Все пак трябва да се вземе под внимание обстоятелството, че те се възприемат по начин, различен от словните и комбинираните марки, които не пресъздават връзка с външния вид на продукт, който означават. Обикновено, при отсъствието на словни или графични елементи, потребителите не разпознават формата на стоката или на нейната опаковка като индикатор за търговския им произход. В резултат на това тяхната отличителност се достига много по-трудно, отколкото при марките, изградени на базата на самостоятелни думи, фигури или комбинации от подобни части и компоненти.[2] Тогава, за да бъде една триизмерна форма отличителна,

[1] Решение по дело C-311/2011 на Съда на Европейския съюз, WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH, § 24.

[2] Решение по дело C-173/2004 на Съда на Европейския съюз, ТРИИЗМЕРНИ ФОРМИ НА СТОЯЩИ

налага се тя съществено да се разграничава от присъщия и очакван от съответните стоки външен вид. Само обем, който значително се отклонява от установените норми и обичайната практика в даден сектор може да изпълни функцията на марка.[3]

Триизмерните марки, представляващи формата на опаковката на продукта, следва да позволят на средния потребител, който не извършва проучване или сравнително изследване на пазара кой производител или негов конкурент какви опаковки използва, да го отграничи от аналогичните предложения.[4]

Отказаната марка се състои от фотографско изображение на правоъгълна бяла кутия с ниски стени, с редуващи се вдлъбнати отвътре и изпъкнали отвън по-големи и по-малки бразди, обхващащи част от страните и цялото ѝ дъно, с отворена горна повърхнина. Ъглите в основата на кутията са заоблени, с масивен контур и обем на кухините, които образуват, докато линията на отвора е права, а ръбовете му сравнително остри и издадени над корпуса.

Марката е заявена за стоките „майонеза; сосове на основата на майонеза; сосове“ (клас 30). Те представляват хранителни изделия, готови за пряка консумация, които по съществото си са еднородни продукти със светлокремав до жълт цвят, с мажеста се кремообразна консистенция[5] (главно майонезата, но не рядко сосовете и сосовете на основата на майонеза).

Като краен продукт, чиято основна съставка са растителните хранителни мазнини (слънчогледово масло), майонезата и сродните ѝ продукти се предлагат в херметично затворени опаковки[6] – контейнери (пластмасови кутии и бутилки, стъклени буркани или гъвкави самостоятелно изправени торбички с разширяващо се дъно, известни още като дойпак или стоящ плик), които предпазват от замърсяване и пряко въздействие на заобикалящата среда - температура, относителна влажност на въздуха, светлина и други фактори, действащи каталитично на окислителните процеси, протичащи в мазнините.[7]

На национално ниво няма законово установена регулация по отношение на производството и търговския вид на майонезата и производните ѝ изделия. Вместо това на пазара са навлезли и са се наложили определени традиционни представи за хранителния състав, вкус, консистенция и външен вид, с които потребителите са свикнали и презумират, че ще са налице – продукт с бледа на цвят кремообразна структура от слънчогледово олио, киселина (лимонена, оцетна или винена) и яйца. Предвид посоченото формите на опаковките, предпоставени от текстурата на обсъжданите стоки, се явява ограничена главно до бутилки и кутии (правоъгълни или кръгли контейнери и кофи), с различна вместимост и разнообразие в избора на етикет (фолио, хартия), разположен върху горната или лицевата част на съда (електронна статия от 09.06.2016 г., с наименование „ТЕСТ Майонеза (2016)“, относно направено проучване за съдържанието на майонезата в България), като най-продавана в сегмента на майонезите (трапезна майонеза) е тази в пластмасова кофичка от 200 грама.[8] Присъствието на формата на паралелепипед и употребата му като опаковка на отказаните стоки от отделни, независими един от друг производители, е лесно

ПЛИКОВЕ ЗА ПЛОДОВИ НАПИТКИ И СОКОВЕ, § 24 и 28.

[3] Решение по дело C-136/02 на Съда на Европейския съюз, ТРИИЗМЕРНА ФОРМА НА ФЕНЕР, § 31.

[4] Виж в същия смисъл Решение по дело C-173/2004 на Съда на Европейския съюз, ТРИИЗМЕРНИ ФОРМИ НА СТОЯЩИ ПЛИКОВЕ ЗА ПЛОДОВИ НАПИТКИ И СОКОВЕ, § 34.

[5] Стокознание, проф. д-р Хр. Кожухаров, Трето преработено и допълнено издание, Университетско издателство „Стопанство“, София, 2006 г.

[6] Пак там.

[7] https://www.maxwell-machine.com/bg/step-by-step-guide-to-the-entire-mayonnaise-making-process-in-a-factory-setting.

[8] https://aktivnipotrebiteli.bg/тест/154/ТЕСТ-Майонеза-(2016); https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2016/06/13/2776729_prouchvane_na_aktivni_potrebiteli_shest_ot_16_maionezi/.

установима и от разнородна по своя характер информация в интернет за множество страници за онлайн продажба и представяне чрез сортиране по продуктови категории, цени и източници на търговското предложение на храни и хранителни изделия, съгласно които майонези, назовани като Fine Life, Kania, Олинеза, Clever са във вариации на пластмасови контейнери с бял непрозрачен корпус и покрит отвор, върху който са възпроизведени данни за продукта, фигури, надписи и други графични комбинации.[9]

Следователно съобразно използваните на българския пазар опаковки за майонеза и майонезени сосове средният потребител на заявените стоки едва ли ще може, без да прибегне до анализ, сравнение и специално внимание, само въз основа на триизмерната форма на кутията, в която е поставен готовият за консумация продукт, да ги разграничи от конкурентните изделия. В случая заявената марка значително се доближава до един от стандартните външни изгледи на опаковките за майонеза – бял непрозрачен паралелепипед, с относително малък и компактен размер, улесняващ физическото съхранение и излагането за продажба на големи количества върху ограничена търговска площ и позволяващ - с оглед на естеството на майонезата и сосовете на силно оборотни бързоразвалящи се стоки - интензивност в процеса на потребление. Оттук дори върху стените на контейнерите да присъстват някакви фрагменти от релефен или орнаментален тип, особено ако са със строежа, повърхността, плътността и цвета на основата, от която са изведени, както е в настоящия казус, те или няма да бъдат фиксирани от потребителите, или, при по-осезаемо вдълбаване и изрязване на контурите, ще бъдат отбелязани, но като част от текстурата на материала, от който е изработена опаковката, чиято функция е повече декоративна, отколкото строго специфична. Във връзка с това не се споделят съображенията на жалбоподателя, че разделянето на страните на кутията на две полета – гладко и оребрено, създава висока отличителност на опаковката. Наличието на фрагментиране, оразмеряване, редуване на изпъкнали и равни повърхности или на други подобни обикновени линейни разграфявания на дадена плоскост или обем в контекста на коментираната триизмерна форма и на установения като често използван в практиката вариант на обичайните за опаковките на отказаните стоки обем не обосновава автоматичен извод за привнесена чрез тях отличителност. Действително прилагането на такъв подход би могъл да предположи възникването на известен оптичен или тактилен ефект, както твърди и жалбоподателя по отношение на предназначението на браздите върху стените на контейнера, от който изцяло се състои заявената марка. В процеса на възприемане на процесния знак обаче такава структура няма да прехвърли въздействието на който и да е аналогичен образец на ординарни прости геометрични щампи, моделирани в идентична на базата си неутрална (бяла) разцветка. В резултат на това и отчитайки указаният по-горе принцип за триизмерните форми на опаковки, които сами по себе си трудно се разпознават от потребителите като индикатор за търговския произход на продукта, марка с вх.№ 177293 ще се разбере като обичаен и нерядко срещан на пазара изглед на кофичка за майонеза и нейни производни – малък съд с изчистен силует, широко дъно, бял плътен цвят и стени с вертикални и хоризонтални ребра, които, заради описания вече начин на конфигуриране, пораждат впечатление за декорация, която при пласмента и потреблението на хранителния продукт се проявява и като техническо решение, предпазващо опаковката на стоката от деформация при натиск и осигуряващо лесно захващане при поемане.

От всичко дотук и предвид природата на отказаните стоки от клас 30 на МКСУ на храни за ежедневна употреба, с ниска цена и висока честота на потребление, насочени към широк кръг потребители, които традиционно проявяват към тях ниска степен на внимание при покупка, заявената триизмерна форма се квалифицира като знак, който не

[9] https://kardinal.bg/product-category/paketirani-hrani/sosove/mayoneza/; https://moiatabroshura.bg/produkti/majoneza; https://www.billa.bg/clever-reasearch-maioneza.

съдържа каквито и да е елементи, които биха способствали лесното му и незабавно запомняне като марка, отличаваща търговския произход на означените с нея продукти.

Заключението от горното е, че тъй като триизмерна марка с вх.№ 177293 не се различава съществено от формата, която потребителите на стоките от категорията на майонезата и продуктите на базата на майонеза бих очаквали, най-вече поради наложените в търговската практика конкретни вариации на външния вид на тяхната опаковка, тя се определя като неотличителна за заявените стоки от клас 30 на МКСУ.

Встрани от казаното, относно доводите на жалбоподателя за взаимозависимост между дизайн и марка, следва да се посочи, че предоставената закрила на отказаната триизмерна форма като дизайн не означава автоматично, че тя притежава присъща отличителност като марка. Абсолютните основания за отказ на регистрацията по чл. 11 от ЗМГО се преценяват самостоятелно, съгласно установената съдебна практика и спецификите на марката като обект на индустриална собственост. Даже повече, оценка за съществуването на връзка между знак, заявен като марка и някой от останалите обекти на индустриална собственост не само може да не преодолее абсолютните забрани, но и напротив – да потвърди приложимостта им. Пример в този смисъл е нормата на чл. 11, ал. 1, т. 5, б. б) от ЗМГО, според която не се регистрира като марка знак, който се състои изключително от формата на стоката или друга характеристика, необходима за постигането на технически резултат.

Също ирелевантни са цитираните в жалбата регистрирани триизмерни марки, състоящи се от опаковката на минерална вода и бира, защото всеки казус се разглежда от гл.т. на фактите и обстоятелствата по него – според представените от заявителя справки нито обемните форми, нито продуктите, за които са регистрирани съвпадат или са равнозначни на коментираните в настоящото производство.

От изложеното от фактическа и правна страна и на основание чл. 75, ал. 4 от ЗМГО, председателят на Патентното ведомство

РЕШИ:

На основание чл. 75, ал. 1, т. 1 от ЗМГО ОСТАВЯ БЕЗ УВАЖЕНИЕ жалба с вх.№ 177293-[7]/26.02.2026 г. срещу решение за пълен отказ на регистрацията на триизмерна марка с вх.№ 177293.

Настоящото решение подлежи на обжалване съгласно чл. 84, ал. 1 от ЗМГО пред Административния съд – град София, чрез Патентното ведомство на Република България, в двумесечен срок, считано от датата на съобщаването му.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
ПАТЕНТНОТО ВЕДОМСТВО:

X

ОЛЯ ДИМИТРОВА