РЕШЕНИЕ
от 13.11.2026 г.

по опозиция вх. № BG/N/2025/177797-[4] от 24.10.2025 г. срещу регистрацията на марка 

, комбинирана, вх. № 177797 от 11.06.2025 г., заявена от "СПИНТОН" ООД, с адрес: гр. София, п.к. 1202, р-н Сердика, ул. „Веслец“ № 65, вх. Б, ет. 1, ап. 4, представлявано от представителя по индустриална собственост (ПИС) Ангелина Станимирова Илиева.

1. СЪЩНОСТ НА ОПОЗИЦИЯТА

Опозицията е подадена от adp Merkur GmbH (наричано по-нататък „опонент“), с адрес: Merkur-Allee 1-15, D-32339, Espelkamp, Германия, представлявано от ПИС Силвия Христова Тодорова, на основание чл. 52, ал. 1 от ЗМГО, във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).

Опонентът обосновава правния си интерес с факта, че е притежател на марка на Европейския съюз (ЕС) „Thunder Storm“, словна, с рег. № 010586444, заявена на 24.01.2012 г. и регистрирана на 12.07.2012 г. за стоки и услуги от класове 9, 28 и 41 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ).

Опозицията е насочена срещу всички стоки и услуги (класове 9, 28 и 41 на МКСУ), за които търси закрила процесната марка.

2. ПРЕЦЕНКА ЗА ДОПУСТИМОСТ И ФОРМАЛНА РЕДОВНОСТ НА ОПОЗИЦИЯТА

Опозицията е допустима и формално редовна, което е установено в съответствие с разпоредбите на ЗМГО и Наредбата за реда за оформяне, подаване и разглеждане на опозиции по реда на ЗМГО (НРОПРОЗМГО).

След размяна на кореспонденция между страните съгласно разпоредбите на чл. 57, ал. 1 и 4 от ЗМГО се пристъпва към издаване на настоящото решение.

3. РАЗГЛЕЖДАНЕ НА ОПОЗИЦИЯТА

Съгласно чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО не се регистрира марка, която е идентична или сходна на по-ранна марка, при наличие на идентичност или сходство между стоките и услугите на марките, когато съществува вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранната марка. Кумулативният фактически състав на тази норма изисква наличие на:

- по-ранна марка;
- идентичност или сходство на стоките/услугите на по-ранната марка на стоките/услугите на процесната марка;
- идентичност или сходство на по-ранната марка на процесната марка;
- наличие на вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранната марка.

3.1. ПО-РАННИ ПРАВА

От изложените по-горе данни относно марката на опонента, с която е обоснован правният му интерес, е видно, че датата ѝ на заявяване – 24.01.2012 г., е по-ранна от датата на заявяване на процесната марка – 11.06.2025 г., поради което е налице по-ранно право по

смисъла на чл. 12, ал. 2, т. 7 от ЗМГО. Следователно, първият елемент на фактическия състав е изпълнен.

3.2. ИДЕНТИЧНОСТ/СХОДСТВО НА СТОКИТЕ/УСЛУГИТЕ

Стоките и услугите, на които се основава опозицията, са:

Клас 9: *музикални автомати (с монети), както и части от горепосочените автомати; автомати за теглене на пари, банкомати и автомати за обменяне на пари; механизми за монетни автомати; софтуер за компютърни игри; софтуер за игри за използване с произволни компютърни платформи, включително развлекателна електроника и конзоли за игри; компютърни игри (програми за -); компютърен хардуер и софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати, респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет; електрически, електронни, оптични или автоматични апарати за идентифициране на носители на данни, лични и кредитни карти, банкноти и монети; електрически, електронни или оптични алармени и контролни съоръжения, включително видеокамери и уреди за пренос на изображения и обработка на изображения; уреди за обработка на данни и компютри, включително уреди за обработка на данни и компютри като компоненти на мрежи от данни и за участие в комуникацията в мрежите от данни; електрически инсталационни амуниции; платки, комплектовани проводникови платки (електронни компоненти) и комбинации от тях като конструкционни групи и като части от уреди, доколкото са включени в клас 9.*

Клас 28: *игри; играчки; игрални автомати (също монетни); парични или монетни игрални автомати (машини); игри за игрални зали (включени в клас 28); монетни апарати с видеоигри; видеоигри като допълнителни уреди за външни екрани или монитори; оборудване за казино, а именно маси за рулетки, колела за рулетки; монетни игрални автомати (машини) и игрални машини, по-специално за игрални зали с или без изплащане на награди; електронни или електротехнически хазартни апарати, автомати за хазарт, машини за хазарт, слот машини, задействани чрез пускане на монети, жетони, банкноти, билети или чрез електронни, магнитни или биометрични запаметяващи медии, особено за индустриална експлоатация в казина и зали за хазарт с или без изплащане на печалби; игрални автомати и игрални машини, по-специално за професионална употреба в казина и игрални зали с или без изплащане на печалба; монетни игрални автомати и/или електронни игрални апарати (машини) с или без възможности за печалба; игрални апарати, монетни автомати, хазартни апарати и игрални машини, задвижвани чрез подходящи корпуси за пускане на монети жетони, билети или посредством електронни, магнитни или биометрични запаметяващи медии, по-специално за промишлено ползване в казина и хазартни зали с или без изплащане на печалба; игрални автомати с предаване на видео; апарати за теглене за игри с награди и лотарии, разигравания или томболи; електронни игри (включително видеоигри), с изключение като периферни устройства за външни екрани или монитори; електропневматични и електрически ротативки (игрални автомати); игрални маси, по-специално за футбол на маса, билярд, плъзгащи се игри; дискове (играчки) и стрели; електрически, електронни или електромеханични уреди за провеждане на бинго-игри, лотарийни игри или видео лотъри игри и за букмейкърски пунктове, работещи в мрежа или не; lcd-игрални конзоли; автомати за залагания (машини); всички горепосочени автомати, машини и апарати за работа в мрежа; уреди и оборудване за приемане и съхраняване на пари като принадлежности на горепосочените автомати, доколкото са включени в клас 28; корпуси от метал, пластмаса и/или дърво за монетни автомати.*

Клас 41: *отдаване на игрални и развлекателни съоръжения за казина; организиране и провеждане на игри; хазартни услуги; управление на лотарии; извършване на игри в интернет; онлайн предлагани услуги за игри [от компютърна мрежа]; функциониране на казина или игрални казина респективно функционирането на букмейкърски бюра;*

експлоатация на игрални заведения и игрални зали и/или онлайн интернет казина и сайтове за онлайн залагания; хазартни игри в интернет.

Стоките и услугите, срещу които е подадена опозицията, са:

Клас 9: *апарати за записване на изображения; електронни компоненти за машини за хазартни игри; компютърен приложен софтуер с игри и хазарт; компютърен софтуер за управление на онлайн игри и хазарт; компютърен хардуер; компютърен хардуер за игри и хазарт; компютърни програми за игри; комуникационни сървъри [компютърен хардуер]; монитори [компютърен хардуер]; монитори [компютърни програми]; операционен софтуер за главни мрежови компютри; софтуер за игри; интерактивен мултимедиен софтуер за игри; компютърен приложен софтуер за стрийминг на аудио-визуално медийно съдържание чрез интернет; мулти-медиен софтуер; компютърни системи; софтуер; софтуер за компютърни операционни системи; софтуер за медиен стрийминг; инсталационен софтуер; електронни лотарийни билети; интерактивни компютърни системи; компютърен софтуер за мрежово управление; компютърен софтуер [записан]; компютърен софтуер, записан; компютърни софтуерни платформи; операционни системи; програми за операционни системи; софтуер за виртуална реалност; софтуер за компютърни игри; софтуер за компютърни игри за употреба с онлайн интерактивни игри; електронни машини за проверка на билети; интерактивни терминали; компютърни терминали; lcd панели; големи lcd екрани; дисплейни панели с дигитални обозначения; електронни дисплей панели; електронни терминали за генериране на лотарийни билети; интерактивни терминали със сензорни екрани; компютърни екрани; мулти-медийни терминали; мултимедийни апарати и уреди; операционен софтуер; сензорни екрани за компютри; течнокристални екрани [lcd] за домашно кино; записан софтуер за компютърни игри; интерактивни казино игри, предоставяни чрез компютър или мобилна платформа; информация, която може да бъде свалена, във връзка с игри и хазарт; компютърен софтуер за игри; приложения за спортни залагания; програми за интерактивни мултимедийни игри; софтуер за залагания; софтуер за разработване на игри; интерактивни мултимедийни програми за компютърни игри; компютърен софтуер за игри и програми, изтеглени от интернет; програми за записани компютърни игри; програми за интерактивни компютърни игри; софтуер за компютърни игри с възможност за сваляне от глобална компютърна мрежа и безжични устройства; софтуер за компютърни игри, с възможност за изтегляне от интернет; хедсетове за игри във виртуална реалност; софтуери за интерактивни развлечения за компютърни игри, с възможност за изтегляне от интернет; шлемове за виртуална реалност, пригодени за ползване при видео игри*.

Клас 28: *аркадни машини за видеоигри; игрални автомати, действащи с монети; игрални машини; игрални машини за хазартни игри; игри; устройства за видеоигри; lcd игрални машини; електронни игри; игрални автомати (аркадни игри); маджонг [китайска хазартна игра]; игрални машини задвижвани с монети; салонни игри; слот машини и игрални устройства; чипове за покер; чипове за рулетка; чипове за хазартни игри; чипове и зарове [игрално оборудване]; електронни мишени за игри и спорт; лотарийни карти за изтриване; лотарийни билети; печатни лотарийни билети; скретч карти за лотарийни игри; карти за игра; зарове; настолни игри и устройства за хазартни игри; монетно игрално оборудване; машини за разбъркване на карти за игра; комплекти жетони за хазартни игри; електронни аркадни игри (апарати, управлявани с монета или жетон).*

Клас 41: *обучение в разработването на софтуерни системи; осигуряване на оборудване за казина [хазарт]; хазартни услуги за развлекателни цели; услуги на казина, услуги за провеждане на игри и хазартни услуги; услуги на зали с игрални автомати; услуги за развлечения с машини за хазарт; редактиране или записване на звук и образ; развлекателни услуги; осигуряване на услуги в зали с игрални автомати; осигуряване на съоръжения за казино [хазарт]; лотарийни услуги; онлайн интерактивно развлечение;*

онлайн хазартни услуги; организиране на лотарии; осигуряване на салони за слот машини; осигуряване онлайн на информация в сферата на компютърните развлекателни игри; отдаване под наем на апарати за възпроизвеждане на звук; отдаване под наем на слот машини [игрални машини]; предоставяне на онлайн развлечения от рода на игрови турнири; провеждане на лотарии; провеждане на лотарии за трети лица; развлекателни услуги посредством апарати за записване и видео апарати; развлечение; тегления на награди [лотарии]; услуги за онлайн игри чрез мобилни устройства; услуги за онлайн казино; услуги за онлайн спортни залагания; услуги за спортни залагания; зали с игрални автомати; администриране [организиране] на хазартни игри; информационни услуги за хазартни игри; информация във връзка с развлечения чрез компютърни игри, предоставяна онлайн от компютърна база данни или глобална комуникационна мрежа; осигуряване на оборудване за казина и хазартни игри; отдаване под наем на казино игри; предоставяне на оборудване за казино; провеждане на хазартни игри с множество играчи; услуги на пунктове за залагания; услуги по залагания; услуги, свързани с хазартни игри.

Анализ на идентичността/сходството:

Нужно е да се подчертае, че когато списъкът със стоки/услуги на по-ранната марка включва общо указание или широка категория, която обхваща стоките/услугите на оспорваната марка в тяхната цялост, сравняваните стоки или услуги се приемат за идентични (*решение от 17/01/2012г. на Първоинстанционния съд (ПиС) на ЕС по дело T-522/10, Hell, EU:T:2012:9, § 36*).

Също така, ако посочените в по-ранната марка стоки/услуги са обхванати от общо означение или широка категория, използвана в оспорваната марка, тези стоки/услуги отново се считат за идентични, тъй като съставът не може служебно да ограничи по-широката категория на атакуваните стоки или услуги (*решение от 07/09/2006г. на ПиС на ЕС по дело T-133/05, Pam-Pim's Baby-Prop, EU:T:2006:247, § 29*).

За целите на настоящия анализ, следва да се има предвид, че сходството на стоките и/или услугите не зависи от точно определен, фиксиран брой фактори и критерии, които да притежават еднаква значимост при всички разглеждани казуси. Релевантни фактори при сравняване на стоките и/или услугите са тяхното естество, предназначение, фактът дали са допълващи се, или взаимозаменяеми и др.

Клас 9:

Стоките *софтуер за игри* от клас 9 на процесната марка са **идентични** на стоките *софтуер за компютърни игри* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като конкретно посочения вид софтуер, за който е регистрираната по-ранната марка, попада в общата категория стоки на процесната марка, което позволява установяване на идентичност между сравняваните стоки.

Стоките *софтуер за компютърни игри; записан софтуер за компютърни игри; компютърен софтуер за игри; компютърен софтуер [записан]; компютърен софтуер, записан* от клас 9 на процесната марка са **идентични** на стоките *софтуер за компютърни игри* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като са посочени с идентични (*софтуер за компютърни игри*) или еквивалентни термини (*компютърен софтуер, записан / компютърен софтуер за игри / записан софтуер за компютърни игри)*.

Стоките *софтуер за компютърни игри с възможност за сваляне от глобална компютърна мрежа и безжични устройства; софтуер за компютърни игри, с възможност за изтегляне от интернет; софтуери за интерактивни развлечения за компютърни игри, с възможност за изтегляне от интернет; интерактивен мултимедиен софтуер за игри; компютърен софтуер за игри и програми, изтеглени от интернет* от клас 9 на процесната марка са **идентични** на стоките *софтуер за компютърни игри* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като конкретно посочените стоки на процесната марка попадат

в общата категория стоки на по-ранната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Стоките *компютърен приложен софтуер с игри и хазарт; компютърен софтуер за управление на онлайн игри и хазарт; компютърни програми за игри; софтуер за компютърни игри за употреба с онлайн интерактивни игри; интерактивни казино игри, предоставяни чрез компютър или мобилна платформа; приложения за спортни залагания; програми за интерактивни мултимедийни игри; софтуер за залагания; интерактивни мултимедийни програми за компютърни игри; програми за записани компютърни игри; програми за интерактивни компютърни игри;* от клас 9 на процесната марка са **идентични** на стоките *софтуер за компютърни игри; софтуер за игри за използване с произволни компютърни платформи, включително развлекателна електроника и конзоли за игри; компютърни игри (програми за -); компютърен хардуер и софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати, респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като представляват софтуер в областта на компютърните игри, хазарта и залаганията, като попадат в обхвата на идентичните или по-широките формулировки на категориите стоки на по-ранната марка.

Стоките *софтуер* от клас 9 на процесната марка са **идентични** на стоките *софтуер за компютърни игри; софтуер за игри за използване с произволни компютърни платформи, включително развлекателна електроника и конзоли за игри; компютърен софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати, респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като конкретно посочените видове софтуер, за които е получила закрила по-ранната марка, попадат в общата категория стоки на процесната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Стоките *компютърен приложен софтуер за стрийминг на аудио-визуално медийно съдържание чрез интернет; мулти-медиен софтуер; софтуер за компютърни операционни системи; софтуер за медиен стрийминг; инсталационен софтуер; компютърен софтуер за мрежово управление; компютърни софтуерни платформи; операционни системи; програми за операционни системи; софтуер за виртуална реалност; операционен софтуер; операционен софтуер за главни мрежови компютри; монитори [компютърни програми]; софтуер за разработване на игри* от клас 9 на процесната марка са **сходни във висока степен** на стоките *софтуер за компютърни игри; софтуер за игри за използване с произволни компютърни платформи, включително развлекателна електроника и конзоли за игри; компютърен хардуер и софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати, респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като всички представляват или включват в себе си различни видове компютърен софтуер, могат да бъдат използвани в компютърни системи и да се разработват от едни и същи лица, като достигат до общ кръг потребители чрез едни и същи канали за разпространение.

Стоките *компютърен хардуер; компютърен хардуер за игри и хазарт; комуникационни сървъри [компютърен хардуер]; компютърни системи; интерактивни компютърни системи; интерактивни терминали; компютърни терминали; електронни терминали за генериране на лотарийни билети; интерактивни терминали със сензорни екрани* от клас 9 на процесната марка са **сходни във висока степен** на стоките *уреди за обработка на данни и компютри, включително уреди за обработка на данни и компютри като компоненти на мрежи от данни и за участие в комуникацията в мрежите от данни; компютърен хардуер и софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати,*

респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет от клас 9 на по-ранната марка, тъй като представляват компютри/компютърни системи и тясно и неразривно свързани с тях хардуер, оборудване и терминални устройства, които имат сходно предназначение и общ кръг потребители, произход и канали за реализация.

Стоките *апарати за записване на изображения* от клас 9 на процесната марка са **сходни във висока степен** на стоките *електрически, електронни или оптични алармени и контролни съоръжения, включително видеокамери и уреди за пренос на изображения и обработка на изображения* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като изпълняват близки функции по създаване, обработка, предаване или запис на изображения и могат да имат общ търговски произход, канали за разпространение и потребители.

Стоките *електронни компоненти за машини за хазартни игри; lcd панели; големи lcd екрани; дисплейни панели с дигитални обозначения; електронни дисплей панели; компютърни екрани; сензорни екрани за компютри; течнокристални екрани [lcd] за домашно кино; монитори [компютърен хардуер]* от клас 9 на процесната марка са **сходни** на стоките *платки, комплектовани проводникови платки (електронни компоненти) и комбинации от тях като конструкционни групи и като части от уреди, доколкото са включени в клас 9; уреди за обработка на данни и компютри* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като представляват електронни компоненти, различни видове дисплейни устройства и части от компютърни и игрови системи, които могат да произхождат от едни и същи производители и да бъдат предлагани чрез едни и същи търговски канали, като са насочени към общ потребителски кръг.

Стоките *електронни лотарийни билети; електронни машини за проверка на билети* от клас 9 на процесната марка са **сходни** на стоките *електрически, електронни, оптични или автоматични апарати за идентифициране на носители на данни, лични и кредитни карти, банкноти и монети; компютърен хардуер и софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати, респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като са предназначени за участие в лотарийни системи и хазартни игри, използват се съвместно, както и могат да бъдат произвеждани и предлагани от едни и същи предприятия, като са насочени към общ потребителски кръг (лица, предлагащи лотарийни игри).

Стоките *мулти-медийни терминали; мултимедийни апарати и уреди* от клас 9 на процесната марка са **сходни** на стоките *уреди за обработка на данни и компютри, включително уреди за обработка на данни и компютри като компоненти на мрежи от данни и за участие в комуникацията в мрежите от данни* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като представляват електронни устройства за обработка, възпроизвеждане или обмен на цифрова информация, могат да има общ търговски произход и едни и същи или близки канали за реализация, и се предлагат на общ кръг потребители.

Стоките *хедсетове за игри във виртуална реалност; шлемове за виртуална реалност, пригодени за ползване при видео игри* от клас 9 на процесната марка са сходни на стоките *софтуер за компютърни игри; софтуер за игри за използване с произволни компютърни платформи, включително развлекателна електроника и конзоли за игри; компютърен хардуер и софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати, респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като представляват специализирани периферни устройства за използване с компютърни игри и се намират в отношение на тясна функционална допълняемост с игровия софтуер и хардуер.

Стоките *информация, която може да бъде свалена, във връзка с игри и хазарт* от клас 9 на процесната марка по тяхното естество представляват цифрово съдържание, записано върху електронен носител и предоставяно за изтегляне по електронен път. Това на практика са информационни продукти, съществуващи под формата на електронни файлове, публикации, издания, ръководства, информационни материали, списания, бюлетини и други. Тяхното предназначение е да предоставят на потребителите информация, знания, инструкции, новини, статистика, развлекателно съдържание или друго специализирано съдържание, свързано с игри, хазарт, покер, казино дейности, турнири, състезания и други развлекателни дейности, конкурси и събития. Предвид установеното изброените стоки от клас 9 на процесната марка са **сходни** на стоките *софтуер за компютърни игри; софтуер за игри за използване с произволни компютърни платформи, включително развлекателна електроника и конзоли за игри; компютърни игри (програми за -); компютърен софтуер за игри в казина и игрални зали, за игрални автомати, респективно слот машини, видео лотария, игрални автомати или хазартни игри по интернет* от клас 9 на по-ранната марка, тъй като между тях съществува тясна връзка по отношение на начина им на използване, предназначението им и релевантния потребителски кръг. Както електронните публикации - информацията за сваляне, така и посочените софтуерни продукти представляват цифрово съдържание, предназначено за използване чрез компютърни устройства, мобилни устройства или други платформи. Те се разпространяват по сходни канали, включително чрез интернет, онлайн платформи за изтегляне, магазини за приложения и специализирани уебсайтове. Освен това информацията, свързана с игри, хазарт и залагания, е тематично обвързана със софтуера за компютърни игри и хазартни дейности, доколкото могат да предоставят съдържание, информация, правила, ръководства, анализи, статистики или други материали, предназначени да бъдат използвани във връзка с тези игри или чрез същите електронни платформи. Поради това потребителите могат да възприемат тези стоки като взаимнодопълващи се.

Клас 28:

Стоките *игри* от клас 28 на процесната марка са **идентични** на стоките *игри* от клас 28 на по-ранната марка, тъй като са посочени с идентичен термин.

Стоките *игрални автомати, действащи с монети* от клас 28 на процесната марка са **идентични** на стоките *игрални автомати (също монетни)* от клас 28 на по-ранната марка, тъй като са посочени с еквивалентни термини.

Стоките *игрални машини; игрални машини за хазартни игри* от клас 28 на процесната марка са **идентични** на стоките *монетни игрални автомати (машини) и игрални машини, по-специално за игрални зали с или без изплащане на награди; игрални автомати и игрални машини, по-специално за професионална употреба в казина и игрални зали с или без изплащане на печалба; игрални апарати, монетни автомати, хазартни апарати и игрални машини, задвижвани чрез подходящи корпуси за пускане на монети жетони, билети или посредством електронни, магнитни или биометрични запаметяващи медии, по-специално за промишлено ползване в казина и хазартни зали с или без изплащане на печалба* от клас 28 на по-ранната марка, тъй като конкретно посочените игрални автомати, апарати и машини, за които е получила закрила по-ранната марка, попадат в общите категории стоки на процесната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Стоките *lcd игрални машини* от клас 28 на процесната марка са **идентични** на стоките *lcd-игрални конзоли* от клас 28 на по-ранната марка, тъй като стоките на по-ранната марка попадат в общата категория стоки на процесната марка, доколкото терминът „машини“ е по-общ и обхваща в себе си термина „конзоли“ (в случая вид игрални машини), което позволява установяване на идентичност между тях.

Стоките *електронни игри; игрални автомати (аркадни игри); маджонг [китайска хазартна игра]; салонни игри; карти за игра; настолни игри и устройства за хазартни игри; аркадни машини за видеоигри; устройства за видеоигри; игрални машини задвижвани с монети; слот машини и игрални устройства; електронни мишени за игри и спорт; електронни аркадни игри (апарати, управлявани с монета или жетон)* от клас 28 на процесната марка са **идентични** на стоките *игри; игри за игрални зали (включени в клас 28)* от клас 28 на по-ранната марка, тъй като стоките на процесната марка – представляващи конкретни видове игри и устройства за тях, попадат в общите категории стоки на по-ранната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Стоките *чипове за покер; чипове за рулетка; чипове за хазартни игри; чипове и зарове [игрално оборудване]; лотарийни карти за изтриване; лотарийни билети; печатни лотарийни билети; скретч карти за лотарийни игри; зарове; монетно игрално оборудване; машини за разбъркване на карти за игра; комплекти жетони за хазартни игри* от клас 28 на процесната марка по тяхното естество и предназначение представляват най-общо оборудване, части и принадлежности за хазартни игри. Предвид това те са **сходни** на стоките *игри; игрални автомати (също монетни); игри за игрални зали (включени в клас 28); оборудване за казино, а именно маси за рулетки, колела за рулетки; игрални апарати, монетни автомати, хазартни апарати и игрални машини, задвижвани чрез подходящи корпуси за пускане на монети жетони, билети или посредством електронни, магнитни или биометрични запаметяващи медии, по-специално за промишлено ползване в казина и хазартни зали с или без изплащане на печалба; апарати за теглене за игри с награди и лотарии, разигравания или томболи; електрически, електронни или електромеханични уреди за провеждане на бинго-игри, лотарийни игри или видео лотъри игри и за букмейкърски пунктове, работещи в мрежа или не* от клас 28 на по-ранната марка. Сравняваните стоки се явяват взаимносвързани и допълващи се, доколкото функционирането и/или употребата на едните е невъзможна без или е тясно свързана с другите. Тези стоки също така могат да имат един и същ търговски произход и са насочени към общ потребителски кръг (лицата, предлагащи услуги, свързани с хазарт).

Клас 41:

Услугите *хазартни услуги за развлекателни цели* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *хазартни услуги* от клас 41 на по-ранната марка, тъй като хазартните услуги на процесната марка, които са с развлекателна цел, попадат в общата категория услуги на по-ранната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Услугите *услуги, свързани с хазартни игри* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *хазартни услуги* от клас 41 на по-ранната марка, тъй като са посочени с еквивалентни термини.

Услугите *администриране [организиране] на хазартни игри* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *експлоатация на игрални заведения и игрални зали и/или онлайн интернет казина и сайтове за онлайн залагания; хазартни услуги* от клас 41 на процесната марка. Този извод се налага, тъй като между сравняваните услуги е налице пълно припокриване по отношение на техния предмет, характер, цел и пазарен сектор, което обуславя наличието на идентичност.

Услугите *услуги по залагания; услуги на пунктове за залагания; услуги на казина, услуги за провеждане на игри и хазартни услуги; услуги за спортни залагания; услуги за развлечения с машини за хазарт; услуги за онлайн спортни залагания; услуги за онлайн казино; тегления на награди [лотарии]; провеждане на хазартни игри с множество играчи; провеждане на лотарии за трети лица; провеждане на лотарии; организиране на лотарии; онлайн хазартни услуги; лотарийни услуги* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *хазартни услуги; организиране и провеждане на игри* от клас 41 на по-ранната марка, тъй като конкретно посочените услуги по хазарт попадат в общите

категории услуги на по-ранната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Услугите *услуги на зали с игрални автомати; зали с игрални автомати; услуги за онлайн игри чрез мобилни устройства; предоставяне на онлайн развлечения от рода на игрови турнири* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *организиране и провеждане на игри* от клас 41 на по-ранната марка, тъй като конкретно посочените услуги, свързани с игри, попадат в общата категория услуги на по-ранната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Услугите *развлечение; развлекателни услуги* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *организиране и провеждане на игри; хазартни услуги; извършване на игри в интернет; онлайн предлагани услуги за игри [от компютърна мрежа]; функциониране на казина или игрални казина респективно функционирането на букмейкърски бюра; хазартни игри в интернет* от клас 41 на по-ранната марка. По тяхното естество и предназначени услугите от клас 41 на по-ранната марка представляват различни видове развлекателни услуги, предвид което попадат в общите категории услуги на процесната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Аналогично, услугите *онлайн интерактивно развлечение* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *онлайн предлагани услуги за игри [от компютърна мрежа]* от клас 41 на по-ранната марка, доколкото услугите на по-ранната марка попадат в общата категория услуги на процесната марка.

Услугите *предоставяне на оборудване за казино; отдаване под наем на слот машини [игрални машини]; отдаване под наем на казино игри; отдаване под наем на апарати за възпроизвеждане на звук; осигуряване на съоръжения за казино [хазарт]; осигуряване на салони за слот машини; осигуряване на оборудване за казина и хазартни игри; осигуряване на оборудване за казина [хазарт]* от клас 41 на процесната марка са **идентични** на услугите *отдаване на игрални и развлекателни съоръжения за казина* от клас 41 на по-ранната марка, тъй като конкретно изброените услуги по предоставяне, отдаване под наем и осигуряване на различни видове оборудване, машини, игри и съоръжения за хазарт, попадат в общата категория услуги на по-ранната марка, което позволява установяване на идентичност между тях.

Услугите *развлекателни услуги посредством апарати за записване и видео апарати; осигуряване на услуги в зали с игрални автомати* от клас 41 на процесната марка са **сходни във висока степен** на услугите *организиране и провеждане на игри; онлайн предлагани услуги за игри [от компютърна мрежа]; извършване на игри в интернет* от клас 41 на по-ранната марка. Този извод се налага, тъй като сравняваните услуги споделят еднакво естество и предназначение – в сферата на развлеченията, имат общ потребителски кръг и канали за разпространение, като между тях съществува тясна функционална обвързаност и взаимно допълване.

Услугите *редактиране или записване на звук и образ* от клас 41 на процесната марка са **сходни** на услугите *организиране и провеждане на игри; онлайн предлагани услуги за игри [от компютърна мрежа]; извършване на игри в интернет* от клас 41 на по-ранната марка, тъй като тези услуги се намират в отношение на функционална взаимна обвързаност, допълват се и се реализират чрез едни и същи канали за разпространение в рамките на развлекателната индустрия. Съвременните онлайн предлагани услуги за игри в интернет са изцяло мултимедийни продукти, които могат да бъдат неразделно свързани със стрийминг в реално време, заснемане и звукозапис. Така тяхното създаване, поддръжка и реално функциониране са софтуерно и технологично пряко зависими от услугите по редактиране или записване на звук и образ. Звуковите ефекти, фоновата музика, графичното оформление и видео анимациите са неделим компонент от потребителското преживяване при организирането и провеждането на игри в дигитална среда. Поради това потребителят възприема двете групи услуги като тясно свързани, където едната обслужва директно реализацията на другата. Също така, операторите и студиата, които разработват и

организират игри онлайн, много често разполагат със собствени звена за редактиране и записване на звук и образ, за да персонализират съдържанието на своите игрални платформи. Предвид тази практика в сектора, средният потребител лесно би могъл да допусне, че софтуерните услуги за аудио-видео обработка и самите онлайн игри произхождат от едно и също предприятие или икономически свързани субекти.

Услугите *осигуряване онлайн на информация в сферата на компютърните развлекателни игри; информация във връзка с развлечения чрез компютърни игри, предоставяна онлайн от компютърна база данни или глобална комуникационна мрежа; информационни услуги за хазартни игри* от клас 41 на процесната марка са **сходни** на услугите *организиране и провеждане на игри; хазартни услуги; извършване на игри в интернет; онлайн предлагани услуги за игри [от компютърна мрежа]; функциониране на казина или игрални казина респективно функционирането на букмейкърски бюра; хазартни игри в интернет* от клас 41 на по-ранната марка. Този извод се налага, тъй като предоставянето на информация в сферата на игрите е пряко обвързано с реалното използване на самите игри. Информационните услуги в този сектор (на игрите, в т.ч. хазарта), които включват ревюта на игри, стратегии за игра, стратегии за залагане, правила, статистики, коефициенти и промоции, и др., служат като естествено допълнение и предшестват реалното участие в игрите. Потребителят търси информация именно за да избере и консумира конкретната игрална или хазартна услуга, което прави двете групи услуги тясно свързани една от друга.

Услугите *обучение в разработването на софтуерни системи* от клас 41 на процесната марка са **сходни в ниска степен** на услугите *онлайн предлагани услуги за игри [от компютърна мрежа]; извършване на игри в интернет; хазартни игри в интернет* от клас 41 на по-ранната марка. В практиката често се приема, че услугите, свързани с обучение/образование в специфична сфера, и услугите/продуктите от самата сфера могат да имат ниска степен на сходство, тъй като потребителите са свикнали доставчиците в даден бизнес сектор да предлагат и специализирани курсове, сертификации и трансфер на знания за същите продукти. В случая онлайн игрите и хазартът в интернет са директен резултат от разработката на софтуерни системи и обучението във връзка с него. Този извод се налага от съвременната пазарна реалност в iGaming сектора, където софтуерът и игрите са директен технологичен продукт. Водещите игрални (в т.ч. хазартни) и софтуерни доставчици на пазара редовно развиват собствени специализирани академии, провеждат сертифициращи курсове и осъществяват трансфер на знания за разработка на игрални платформи и алгоритми. Поради тази индустриална практика, макар крайните масови потребители да се различават, в професионалния ИТ и гейминг сегмент съществува частично припокриване на потребителите. Средният специализиран потребител е свикнал доставчиците на дигитални игрални продукти да предлагат и обучение за тяхното софтуерно разработване, което поражда разбиране за общ търговски произход и обуславя сходство, макар и в ниска степен.

В обобщение на анализа на стоките и услугите се налага заключение, че между всички стоки и услуги от класове 9, 28 и 41 на процесната марка и тези от същите класове на по-ранната марка е налице идентичност или сходство.

3.3. ИДЕНТИЧНОСТ/СХОДСТВО НА ЗНАЦИТЕ

По-ранна марка	Марка, срещу която е подадена опозицията
Thunder Storm	

3.3.1. Отличителни и доминиращи елементи

Вероятността за объркване трябва да бъде преценявана в цялост, като се вземат предвид всички отнасящи се към случая фактори. Тази преценка, що се отнася до визуалното, фонетично или смислово сходство между марките, трябва да се основава на цялостното впечатление от марките, като се държи сметка, по-специално, на отличителните и доминиращи елементи. Под „отличителен" елемент се разбира този елемент, който служи за осъществяване на основната функция на марката – да отличава стоките и/или услугите на едно лице от идентичните или сходни стоки и/или услуги на други лица. „Доминиращ" елемент е този, който благодарение на графичното си представяне обуславя общото впечатление, което марката оставя у потребителите. Доминиращият елемент не винаги е отличителен, както и обратното.

Общата оценка на сходството на марките се базира на факта, че потребителите нямат навика да анализират марката в детайли, защото обичайно се фокусират върху отличителните и доминиращи елементи по-лесно, отколкото върху останалите елементи на марката. Следва също така да се има предвид, че понятието за доминиращ елемент обикновено се свързва с визуалното въздействие на елементите на знака, т.е. това понятие се използва основно в смисъл на „визуално изпъкващ" елемент. Доминиращият характер на даден елемент на знака се определя предимно въз основа на неговото местоположение, мащаб, размери и/или използването на цветове, доколкото те влияят върху неговото визуално въздействие.

Процесната марка е комбинирана. Тя включва в състава си словните елементи „Thunder" и „Wild", изписани с латински букви и шрифт, който не се различава съществено от стандартния такъв, доколкото са запазени основните графични особености на буквите, съставляващи тези две думи. Първите букви на двете думи са главни. Самите думи са оформени в преливащи нюанси на синьо-зелената гама -тюркоазено, циан и нефритено зелено. Буквите също така са подчертани от вътрешен тъмен кант и по-ярък външен контур в светлосин/неонов цвят, който ги кара да изпъкват. Под двете думи е позиционирана сива сянка, насочена надолу и надясно. Тя създава усещане за обем и отделяне на словните елементи от фоновата повърхност, която е в бял цвят.

В състава на процесната марка не може да се говори за обособен доминиращ елемент, тъй като думите „Thunder" и „Wild" са относително равнопоставени по тяхната големина и въздействие в знака, доколкото са изписани на един и същи ред, с еднакъв по вид, размер и дебелина стилизиран шрифт.

Отличителността на процесната марка се носи основно от думата „Thunder", която е сред често срещаните и използвани думи от базовия английски език, поради което релевантните български потребители няма да бъдат затруднени да я разпознаят с нейното значение на *гръм, гръмотевица.* Имайки предвид значението на думата „Thunder", същата притежава нормална степен на присъща отличителност по отношение на стоките и услугите от класове 9, 28 и 41, анализирани по-горе, тъй като не кореспондира с техни качества и/или характеристики.

Що се отнася до словния елемент „WILD" (в превод от английски език „див, дива"), следва да се отбележи, че в областта на хазартния софтуер, слот игрите и игралните автомати терминът „wild" представлява широко използвано техническо и функционално понятие. С него обичайно се обозначава специален символ, който замества други символи при формирането на печеливши комбинации, подобно на функцията на „жокер" в различни играли механизми. Поради това потребителите на съответните стоки и услуги са свикнали да възприемат думата „WILD" предимно като указание за характеристика или функционалност на играта, а не като указание за търговски произход. Следователно този елемент е лишен от отличителност или в най-добрия случай притежава много ниска присъща отличителност, поради което има ограничено значение при формирането на цялостното впечатление от процесната марка.

По-ранната марка е словна и се състои от словосъчетанието „Thunder Storm“, изписано с латински букви. Като словна марка тя ще бъде възприемана от релевантните български потребители чрез словосъчетанието в неговата цялост. Двата словни елемента „Thunder“ и „Storm“ образуват смислово единно понятие, което ще бъде разбрано от значителна част от потребителите със значение на „гръмотевична буря“. Поради това отличителният характер на марката произтича от цялостното словосъчетание, а не от някой от отделните му елементи (Thunder – *гръм, гръмотевица*; Storm – *буря*), разглеждани самостоятелно.

3.3.2. Анализ на идентичността/сходството

Като цяло, общата преценка за фонетично, визуално и смислово сходство на процесната и по-ранната марка трябва да се основава на общото впечатление, което те създават, като се отчита и въздействието на техните отличителни и доминиращи елементи, т.е. изхожда се от предположението, че потребителят възприема марката в нейната цялост, а не разделена на отделни компоненти (Решение СЕС, C-251/95, „Sabel”, параграф 23).

Визуално сходство

Оценката на визуалното сходство се основава на визуалното въздействие на марките, определено от начина на графично представяне на думи, букви, цифри, фигури и други.

Процесната марка представлява комбиниран знак, състоящ се от словните елементи „Thunder“ и „Wild“, изпълнени в специфична цветова комбинация и стилистично оформление. По-ранната марка е словна и се състои от словосъчетанието „Thunder Storm“.

При сравняването на марките следва да се отчете обстоятелството, че словният елемент обичайно оказва по-силно въздействие върху потребителя от декоративните графични особености, тъй като именно чрез думите потребителят идентифицира и запомня марката. Поради това при визуалното сравнение основно значение имат словните елементи, включени в двата знака.

В случая двете марки съвпадат по отношение на началната им дума „Thunder“. Това съвпадение е съществено, доколкото се отнася до ясно и лесно разпознаваем словен елемент, който притежава нормална степен на присъща отличителност.

Наред с това обаче марките се различават по своите втори словни елементи, а именно „Wild“ и „Storm“, които са визуално различни както по дължина, така и по буквения си състав. Допълнително процесната марка включва цветово и графично оформление, което липсва при по-ранната словна марка.

Следователно визуалното сходство произтича изключително от общия елемент „Thunder“, докато различията се дължат както на вторите словни елементи, така и на графичното оформление на процесната марка.

С оглед на гореизложеното и при разглеждане на сравняваните марки в тяхната цялост се налага извод, че между тях е налице визуално сходство от средна степен.

Фонетично сходство

Фонетичното сходство се определя от дължината на думите, броя на сричките, броя на съвпадащите звуци, взаимно разположение на еднакви или близки звуци или звукосъчетания, характерни особености на еднакви части на думата, като се отчита началото на знака.

Процесната марка ще бъде произнесена от релевантните потребители като [тън-дър уайлд], а по-ранната марка като [тън-дър сторм].

И при двата знака първата дума е идентична. Тя се произнася по напълно еднакъв начин и се възприема в началната част на марките, която по правило привлича в по-голяма степен вниманието на потребителите.

Същевременно вторите словни елементи „Wild“ и „Storm“ са различни по звучене, тъй като се състоят от напълно различни гласни и съгласни звуци.

В резултат на това марките съвпадат в своята начална част, но се различават в крайната си част. Като се отчете значението на общия елемент „Thunder“ от гледна точка на неговия принос за отличителността на марките, както и обстоятелството, че думата „Wild“ има много ниска отличителност за релевантните стоки и услуги, следва да се приеме, че потребителите ще обърнат по-голямо внимание именно на съвпадащия елемент „Thunder“.

Поради изложеното фонетичното сходство между марките следва да бъде определено като такова от средна степен.

Смислово сходство

Марките се считат за смислово идентични или сходни, когато имат еднакво или подобно семантично съдържание. Семантично съдържание е представата, която марката извиква в съзнанието на потребителя, чрез значението на словните и фигуративните елементи и цялостната концепция, която тя пресъздава.

От смислова гледна точка между сравняваните марки е налице висока степен на сходство. И двата знака съдържат и акцентират върху понятието „Thunder“ („гръм“, „гръмотевица“), което ще бъде разпознато от значителна част от релевантните български потребители. По-ранната марка „Thunder Storm“ обозначава конкретно природното явление „гръмотевична буря“. Процесната марка „Thunder Wild“ не формира ясно установено понятие в английския език, което да бъде възприето в неговата цялост от потребителите, а по-скоро се възприема като механична съвкупност от елементи „Thunder” („гръм“, „гръмотевица“) и „Wild“ („див, дива“). Независимо от това е очевидно, че общата концептуална основа на двата знака остава изградена около понятието „Thunder“, което препраща към гръмотевични и атмосферни природни явления, както правилно сочи опонентът. Елементът „Wild“ не е в състояние в достатъчна степен да неутрализира или измени това общо смислово внушение, още повече като се отчете неговата слаба отличителност в областта на хазартните игри. Поради това релевантните потребители ще възприемат сравняваните знаци като концептуално близки, поради което смисловото сходство между тях следва да бъде определено като високо.

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР НА ПО-РАННАТА МАРКА

Отличителният характер на по-ранната марка е един от факторите, който следва да се отчита при преценката за вероятност за объркване. Съдът на Европейския съюз (СЕС) изрично е постановил, че колкото по-висока е степента на отличителност на по-ранната марка, толкова по-голяма ще бъде вероятността за объркване (Решение СЕС, C-251/95 „Sabel”, параграф 24). Във връзка с това, за да се дефинира степента на отличителност на марката и съответно да бъде определено дали тя притежава висока степен на отличителност, следва да се извърши обща преценка относно наличието, респ. отсъствието на по-голяма или по-малка способност на марката да идентифицира стоките и/или услугите, за които се отнася, като произхождащи от определено лице, като по този начин ги отличи от тези на другите лица (Решение СЕС, C-342/97 „Lloyd”, параграф 22).

Опонентът не е претендирал и не е представил доказателства, че по-ранната марка е с придобита повишена отличителност в резултат на използването ѝ на пазара или е общоизвестна или ползваща се с известност марка, поради което нейната отличителност отговаря на присъщата ѝ такава.

От извършения до момента анализ може да се заключи, че по-ранната марка, разглеждана в нейната цялост, има нормална присъща отличителност.

3.4. РЕЛЕВАНТНИ ПОТРЕБИТЕЛИ – СТЕПЕН НА ВНИМАНИЕ

Според Съда на Европейския съюз (СЕС) средният потребител се счита за сравнително добре информиран, умерено наблюдателен и внимателен при избора си на покупка, като не трябва да се забравя фактът, че нивото на внимание се променя в зависимост от съответната категория стоки и/или услуги (Решение СЕС, C-342/97 „Lloyd", параграф 26). Същевременно трябва да се държи сметка и за факта, че средният потребител не винаги има възможност за директно сравнение между марките, поради което трябва да се довери на несъвършеното изображение, запазило се в паметта му (Решение СЕС, C-342/97 „Lloyd", параграф 26). Посоченото определение на категорията „среден потребител" може да се интерпретира и в контекста на понятието „делови кръгове" („бизнес потребители"). Относно деловите кръгове понятията „сравнително добре информиран", „умерено наблюдателен" и „внимателен при избора си на покупка" често означават по-висока степен на проявление на изброените фактори в сравнение с това при средния потребител.

Релевантният кръг потребители се определя с оглед на стоките и услугите, за които е установено сходство или идентичност между сравняваните марки. В конкретния случай той включва както крайните потребители, така и професионалните потребители, ползващи стоки и услуги в областта на игрите, хазартната дейност, софтуера, хардуера, информационните технологии и свързаните с тях услуги.

Що се отнася до крайните потребители, същите представляват представители на широката общественост, които ползват услуги, свързани с развлечения, игри, хазарт, електронни платформи и софтуерни продукти. При избора на подобни услуги потребителите обикновено проявяват от нормална към повишена степен на внимание, тъй като изборът е свързан с разход на финансови средства и предполага известна преценка относно произхода и качеството на стоките и услугите.

От друга страна, част от релевантните стоки и услуги са насочени към професионални потребители и стопански субекти, действащи в областта на игралната индустрия, разработването и внедряването на технологични решения, софтуерни продукти, хардуер и специализирано оборудване. Тази категория потребители по правило проявява по-висока степен на внимание при избора на съответните стоки и услуги поради техния специализиран характер, технически характеристики, цена и значение за осъществяваната дейност.

3.5. ЦЯЛОСТНА ОЦЕНКА НА ФАКТИТЕ И ОБСТОЯТЕЛСТВАТА, ИЗВОД ЗА ВЕРОЯТНОСТ ЗА ОБЪРКВАНЕ, ДРУГИ АРГУМЕНТИ

Вероятността за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранна марка, е създаването на погрешна представа за производителя или търговеца на стоките и/или услугите, т.е. опасност потребителите да вярват, че стоките и/или услугите са на същите или икономически свързани лица (решение СЕС, C-39/97, „Canon", § 29). Преценката на вероятността за объркване е обща и се извършва въз основа на всички относими фактори по конкретния случай. По-специално такива могат да бъдат; идентичност или степен на сходство на процесната и по-ранната марка, степен на отличителност на по-ранната марка, степен на сходство на стоките и/или услугите, релевантен кръг потребители, начин на пазарна реализация (търговски пътища, начин на предоставяне на стоките и/или услугите и др.), степен на познатост (разпознаваемост) на по-ранната марка на пазара, връзката, която релевантният кръг потребители може да направи между процесната и по-ранната марка (решение СЕС, C-251/95, „Sabel", § 22).

При извършения по-горе анализ се установи, че стоките и услугите от класове 9, 28 и 41 на процесната марка са идентични или сходни на стоките и услугите от същите класове на по-ранната марка.

По отношение на сравняваните марки беше установено, че между тях е налице визуално сходство от средна степен, фонетично сходство от средна степен и смислово сходство от висока степен. Същевременно следва да се има предвид, че извършените оценки не могат да бъдат разглеждани изолирано една от друга, а трябва да бъдат включени в цялостната преценка на впечатлението, което марките създават у релевантните потребители.

В случая и двата знака съдържат словния елемент „Thunder“, който притежава нормална степен на присъща отличителност по отношение на сравняваните стоки и услуги. Именно този общ за двата знака словен елемент има съществено значение за формирането на цялостното им визуално, фонетично и смислово възприятие. Акцентът върху понятието „Thunder“ („гръм“, „гръмотевица“), което ще бъде разпознато от значителна част от релевантните български потребители, създава обща концептуална връзка между сравняваните марки, изградена около близки и взаимосвързани гръмотевични и атмосферни природни явления. Това от своя страна води до формирането на сходни мисловни асоциации и представи в съзнанието на потребителите. Поради това установеното сходство между марките не се свежда единствено до съвпадение на отделен словен елемент, а оказва съществено влияние върху цялостното впечатление, което сравняваните знаци създават у релевантните потребители.

Различията, произтичащи от словния елемент „Wild“, не са достатъчни, за да неутрализират установеното сходство между сравняваните марки. Както беше установено, в областта на хазартния софтуер, игрите и игралните автомати този термин се използва широко като обозначение на конкретна игрова функция и поради това е лишен от или в най-добрия случай притежава много ниска присъща отличителност. Поради това потребителите няма да възприемат този елемент като средство за разграничаване на сравняваните марки. В допълнение, словосъчетанието "Thunder Wild" не представлява утвърдена лексикална единица, идиом или устойчива фраза в английския език с ново, самостоятелно значение. Тъй като двете думи не се сливат в нов логически термин, те се възприемат от потребителите като сбор от две отделни концепции. Предвид това думата "Thunder" продължава да излъчва своето собствено ясно семантично значение (гръм, гръмотевица), което остава незасегнато и непроменено от присъствието на последващата я дума "Wild”.

Горният извод се налага и по отношение на графичното оформление на процесната марка. Използваните цветове, контури, сенки и стилизирани графични решения несъмнено допринасят за визуалния облик на знака, но се възприемат предимно с тяхната декоративна/разкрасителна функция и не променят факта, че марката ще бъде идентифицирана и запомнена преди всичко чрез съдържащите се в нея словни елементи. В случая стилизацията не е от такова естество, че да измести вниманието на потребителите от словното съдържание на марката или да създаде различие, което да е способно да неутрализира сходството, произтичащо от идентичния елемент „Thunder“.

При тези обстоятелства релевантните потребители могат да възприемат процесната марка като нов вариант на по-ранната марка, под който се предлагат идентични и сходни стоки и услуги.

Като се вземат предвид идентичността и сходството между стоките и услугите, както и обстоятелството, че при разглеждане на марките в тяхната цялост общият словен елемент „Thunder“ формира близко визуално, фонетично и концептуално впечатление, нормалната присъща отличителност на по-ранната марка и принципът на взаимната зависимост между всички относими фактори, се налага изводът, че за релевантните потребители съществува вероятност за объркване по смисъла на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, включително възможност да приемат, че сравняваните стоки и услуги произхождат от едно и също предприятие или от икономически свързани предприятия.

Установеното от фактическа и правна страна води до заключение, че кумулативният фактически състав на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО е изпълнен, респ. опозиция

вх. № BG/N/2025/177797-[4] от 24.10.2025 г. срещу регистрацията на марка 

, комбинирана, вх. № 177797 от 11.06.2025 г., е основателна и регистрацията на процесната марка следва да бъде отказана за всички стоки и услуги (класове 9, 28 и 41 на МКСУ), за които се търси закрила.

Въз основа на гореизложеното и на основание чл. 57, ал. 9, т. 2 от ЗМГО, опозиционният състав

РЕШИ:

ОТКАЗВА РЕГИСТРАЦИЯТА на марка 

, комбинирана, вх. № 177797 от 11.06.2025 г., за всички стоки и услуги (класове 9, 28 и 41 на МКСУ), за които 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