РЕШЕНИЕ РС-182

Образувано е производство по жалба с вх. № BG/N/2024/174811-[31]/06.03.2026 г., подадена от „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД срещу решение от 17.12.2025 г., с което се оставя без уважение опозиция с вх. № BG/N/2024/174811-[4]/14.02.2025 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана.

СЪЩНОСТ НА ЖАЛБАТА НА „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД, ГР. СОФИЯ

Жалбата е подадена на основание чл. 69, ал. 1, т. 3 от Закона за марките и географските означения, посочван по-нататък като ЗМГО. С нея подателят на опозиция срещу марка с вх. № 174811 NM, комбинирана, иска отмяна на опозиционно решение от 17.12.2025 г., с което на основание чл. 57, ал. 9, т. 1 от ЗМГО във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО опозиция с вх. № BG/N/2024/174811-[4]/14.02.2025 г. срещу регистрацията на заявената марка е оставена без уважение.

Жалбоподателят чрез пълномощник излага редица съображения за отмяна на обжалваното решение.

На първо място жалбоподателят изтъква, че сравнителния анализ на услугите в обжалваното решение е напълно коректен и мотивиран и изводите в това отношение на състава по опозиции са правилни, а именно че услугите от клас 37, „строителство, изграждане и събаряне“, за които търси закрила процесната заявка са идентични или с най-малко висока степен на сходство с тези, за които са регистрирани по-ранните марки.

На следващо място, жалбоподателят изразява несъгласие с изложените мотиви относно сравнението на знаците, за което излага подробни мотиви. В тази връзка сочи, че сравняваните знаци споделят идентичната буква „М“, явяваща се отличителен и доминиращ елемент в състава на всяка от тях и тя е ясно различима. Твърди, че буквата „N” в по-късния знак е силно стилизирана и за голяма част от потребителите би била възприета като фигуративен елемент към буква „М“, а не като друга, допълнителна буква. Сочи, че обратният извод в решението е неправилен поне по отношение на голяма част от потребителите. Допълва, че наличието на този елемент не би намалило съществено сходството във визуален аспект между марките. Обръща внимание, че в случая основен фактор, допринасящ за визуалното сходство между знаците е изключително сходното графично и цветово оформление на по-ранните марки и процесната заявка, както и наличието на една единствена, разпознаваема, идентична буква „М“. Сочи, че по отношение на фонетичното сходство на процесната марка с по-ранната марка с рег. № 161290, много често потребителите не биха прочели или произнесли „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД, поради принципа на езиковата икономия. В допълнение, жалбоподателят отбелязва, че по отношение на атакуваната марка, потребителите трудно биха забелязали, съответно произнесли буквата „N”, поради специфичното ѝ недовършено изображение и светлия цвят, с който е изписана. По отношение на смисловото сходство между сравняваните знаци, счита изводите на състава по опозиции за неправилни. В тази връзка отбелязва, че буквата сама по себе си не носи смислово значение, но в случая, доколкото отличителните и доминиращи

елементи на сравняваните марки представляват една и съща идентична буква, представена по сходен начин и имат допълнителни елементи с ниска степен на отличителност, между тях има висока степен на концептуално сходство. На следващо място е посочено, че освен високата присъща отличителност по отношение на релевантните услуги, по-ранните марки, в резултат на дългогодишно активно и интензивно използване са достигнали до огромен брой потребители на българския пазар. Жалбоподателят изразява несъгласие с твърдението в обжалваното решение, че потребителите ще свържат по-ранните марки предимно и изключително с транспортна дейност. В тази връзка сочи, че изграждането на подземната железопътна мрежа на гр. София от опонента, освен със самата услуга по превоз на пътници безспорно е свързано и с осъществяването на огромни инфраструктурни строителни проекти под и над земята и потребителите безспорно са се срещали и със строителни обекти означени с по-ранните марки при изграждането им, както и с рекламни и информационни табели. Във връзка с цялостната оценка на вероятността за объркване на потребителите, счита, че изводът на съставът по опозиции е неправилен и почива на анализ, които не е съобразен със съдебно марковата практика. В случая, при невъзможност за директно сравняване на марките една до друга, несъмнено потребителите биха игнорирали несъществени разлики между тях. Допълва, че същите несъществени разлики не биха могли да преодолеят вероятността за объркване на потребителите, породена от сходното допълнително стилизиране към идентично изобразената буква „М“ в идентичен цвят, с идентичен шрифт и за идентични услуги. Обръща внимание, че голяма част от потребителите не биха разпознали наличието на буква „N” в по-ранната заявка. С оглед на горните изводи сочи, че е налице вероятност потребителите да запомнят процесната марка, именно посредством отличителния и доминиращ елемент „М“, който ще се възприеме като „основен бранд“ с различни вариации, което създава ясна, директна и лесна за възприемане връзка между процесната марка и по-ранните марки.

В заключение моли да бъде постановено решение за отказ на регистрацията на заявената марка.

ОТГОВОР НА ЗАИНТЕРЕСОВАНАТА СТРАНА „НОВА МЕДИЯ ГРУП - ИНВЕСТ“ ЕАД, ГР. ЕЛИН ПЕЛИН

С уведомление с изх. № BG/N/2024/174811-[33]/17.03.2026 г. екземпляр от постъпилата жалба е изпратен на представителя на заинтересованата страна – лицето подало заявка за регистрация на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана, като му е указано, че в едномесечен срок от получаване на уведомлението има право да представи отговор по нея.

В рамките на предоставения срок е постъпило възражение с вх. № BG/N/2024/174811-[34]/30.03.2026 г., в което заинтересованата страна излага подробни мотиви в подкрепа на обжалваното решение на състав по опозиции и определя изложените в жалбата аргументи като неоснователни.

На първо място сочи, в решението правилно е посочено, че е налице ниска степен на сходство между по-ранните марки и процесната марка, тъй като освен, че има разлика между самите букви, същите са представени с различен цвят, което допринася за по-лесното разграничение. Твърди, че знакът „NM“ е създаден като инициали от търговското наименование на дружество – „Нова Медия“ – и е напълно лишен от всякаква връзка, с наименованието, дейността или визията на „Метрополитен“ ЕАД. Обръща внимание, че жалбоподателят неправомерно пренебрегва елементът „N“, който в заявения знак е ясно разпознаваем и е неотменна част от визуалното му въздействие. Следователно възприемането от потребителите е различно, а тяхното внимание не би се

насочило избирателно само върху буквата „М“, както е посочено в жалбата. На следващо място, изцяло оспорва твърденията на жалбоподателя относно наличието на доминиращ знак или елемент в процесната марка „NM” и сочи, че отличителността на процесната марка се носи в нейната цялост, в това число композиционното и цветово оформление. Обръща внимание, че именно „N” е първата буква в марката и при това положение е нелогично да се определи втората буква „М“ като доминираща. Допълва, че фонетичното звучене на марката „NM“ също се различава напълно от марките на опонента. На следващо място сочи, че в търговската практика съществуват множество други марки, които съдържат буквата „М“, както самостоятелно, така и в комбинация с други букви, включително и в съчетание с буквата „N“. Това категорично доказва, че буквата „М“ не може да бъде считана за изключителен обект на правна монополизация от „Метрополитен“ ЕАД, нито може да служи като автоматична пречка за регистрация на нови знаци, съдържащи същата буква. Отбелязва, че съгласно общите принципи на марковото право, индивидуалната правна защита обхваща конкретния знак в неговата цялост – като визуално, фонетично и концептуално въздействие върху потребителите, а не самостоятелното използване на отделни букви от азбуката. В конкретния случай, заявената марка „NM“ представлява комбинация от две букви, представени в отличителна стилизация, ясно отличима от знаците на жалбоподателя, и следователно не създава основание да се счита за конфликт на вече съществуващите марки на „Метрополитен“ ЕАД. Ето защо счита, че твърденията в жалбата, насочени към монополизиране на буквата „М“, са неоснователни и правно недопустими. Също така допълва, че нито един от сравняваните знаци не съдържа смислово значение, като същото е потвърдено и от самия жалбоподател. Допълва, че в този смисъл, няма как да се изведе анализ на смислово сходство, при положение, че буквите нямат никакво концептуално значение. Заявителят поддържа изцяло направения извод в решението, че потребителите главно свързват по-ранните марки на „Метрополитен“ ЕАД с транспортна дейност, отколкото със строителство. Твърди, че няма основание и да се приеме, че потребителят би възприел заявената марка като разновидност, разширение или асоциация с по-ранните марки, тъй като нито графично, нито фонетично, нито концептуално съществува допирна точка, която да създава риск от такова объркване. Обръща внимание, че в конкретния случай, дори при повърхностно възприемане от средностатистическия потребител, е очевидно, че заявената марка представлява комбинация от две букви „N“ и „М“, ясно разграничени чрез различен цвят и разположение, докато марките на опонента включват самостоятелно изобразена буква „М“, придружена в един от случаите от изписване на фирменото наименование „Метрополитен“.

В заключение моли жалбата да бъде отхвърлена като неоснователна.

ФАКТИЧЕСКА ОБСТАНОВКА

1. Идентификация на страните

1.1. „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД, с адрес: ул. „Княз Борис I“ 121, гр. София, п.к. 1000 – лице, подало опозиция с вх. № BG/N/2024/174811-[4]/14.02.2025 г. срещу регистрация на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана, представлявано от представителя по индустриална собственост (ПИС) [име].

1.2. „НОВА МЕДИЯ ГРУП - ИНВЕСТ“ ЕАД, с адрес: ул. България № 28, гр. Елин Пелин, п.к. 2100 – заявител на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана, представлявано от адвокат [име].

2. Установени факти

2.1. Опозиция срещу регистрацията на марката

На 14.02.2025 г., от името на „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД в Патентно ведомство е подадена опозиция срещу регистрацията на процесната марка с вх. № 174811 NM, комбинирана. Опозицията е подадена на основание чл. 52, ал. 1, т. 1 от ЗМГО, във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО и е насочена срещу всички услуги от клас 37 на МКСУ, за които е заявена процесната марка. С нея опонентът сочи, че е притежател на по-ранно право върху марки с рег. № 43689 M, комбинирана и рег. № 161290 M МЕТРОПОЛИТЕН ЕАД, комбинирана, регистрирани за услуги от класове 36, 37, 39 и 42 на МКСУ. Излага твърдения, че процесната марка е сходна на по-ранните марки и е заявена за идентични и сходни услуги, което от своя страна води до вероятност за объркване на потребителите.

2.2. Марка, обект на опозицията

Опозицията е подадена срещу регистрацията на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана**,** заявена на 05.09.2024 г. за услуги от класове 35 и 37 на МКСУ, като опозицията е насочена към всички услуги от клас 37 на МКСУ:

- клас 37: „*строителство, изграждане и събаряне*“.

Библиографските данни за марката включват следното изображение:

2.3. По-ранни марки по смисъла на чл.12, ал. 2, т. 1 от ЗМГО:

С опозицията, във връзка с основанието по чл. 12, ал. 1, т. 2 ЗМГО, опонентът противопоставя следните марки:

2.3.1. Марка с рег. № 43689 M, комбинирана, заявена на 03.07.2001 г., регистрирана на 07.01.2003 г. за услуги от класове 36, 37 и 39 на МКСУ, със срок на закрила до 03.07.2001 г. Марката е противопоставена във връзка с услугите от клас 37 на МКСУ, както следва:

- **клас 37:** „*строителство, ремонт, монтажни услуги, строителен надзор*“.

Библиографските данни за марката включват следното изображение:

2.3.2. Марка с рег. № 161290 M МЕТРОПОЛИТЕН ЕАД, комбинирана, заявена на 13.01.2021 г., регистрирана на 21.05.2021 г. за услуги от класове 36, 37, 39 и 42 на МКСУ, със срок на закрила до 13.01.2031 г. Марката е противопоставена във връзка с услугите от клас 37 на МКСУ, както следва:

- клас 37: „*строителни услуги; услуги за монтаж и ремонт; миннодобив, нефтено и газово сондиране; строителство; подземно строителство; пътно строителство; инфраструктурно строителство; строителство на тунели; строителство на галерии; строителство на сгради; гражданско инженерно строителство; строителство на дренажни системи; строителство на обществени*

строежи; инженерен надзор на строителство; тежко инженерно строителство; строителство, изграждане и събаряне; строителство на гражданска инфраструктура; строителство на железопътна инфраструктура; услуги свързани със строителството; управление и контрол на строителство; строителство и ремонт на сгради; строителен надзор на проекти от гражданско строителство; строителен надзор на място за гражданско строителство; строително-инженерни дейности в областта на гражданското строителство; построяване на конструкции за гражданско строителство чрез полагане на бетон; строителен надзор; строителен надзор на място; услуги за надзор при строеж на сгради, насочен към проекти за недвижими имоти; услуги за надзор при строеж на сгради, насочен към строителни проекти; консултиране при надзор на строителна дейност; надзор на събаряне на сгради; надзор на обновяване на сгради; надзор на строителни проекти; надзор на подводно строителство; надзор на строителни обекти; надзор на строителни ремонти; строителство и поддръжка на подземна железопътна мрежа“.

Библиографските данни на марката включват следното изображение:



3. Оспорено решение:

С решение от 17.12.2025 г. съставът по опозиции е разгледал опозицията, подадена на основание по чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, като е оставил опозицията без уважение. За да достигне до този извод, съставът е извършил анализ на услугите на по-ранните и процесната марка, анализирал е знаците и е достигнал до извод, че в конкретния случай не е налице вероятност от объркване на потребителите.

При сравнението на услугите от клас 37 на противопоставените марки съставът е формирал извод за наличие на идентичност и сходство във висока степен.

При анализа на знаците, опозиционният състав е приел, че между процесната марка с вх. № 174811 NM и по-ранната марка с рег. № 43689 M, е налице ниска степен на визуално сходство, средна степен на фонетично сходство и липса на смислово сходство. Съответно, между процесната марка и по-ранната марка с рег. № 161290 M МЕТРОПОЛИТЕН ЕАД, е установено наличие на ниска степен на визуално сходство и липса на фонетично и смислово сходство.

С оглед на горните изводи, съставът е стигнал до заключение, че между сравняваните марки не може да настъпи пряко объркване, т.е. потребителите няма да припознаят директно процесната марка в по-ранните марки, предвид разликите между тях. Съставът също е приел, че между процесната марка и по-ранните марки не може да настъпи и непряко объркване.

В заключение, опозицията изцяло е оставена без уважение.

ПРАВНИ ИЗВОДИ

1. По допустимостта на жалбата:

Жалбата е ДОПУСТИМА.

В съответствие с чл. 70, ал. 1, т. 3 от ЗМГО жалба с вх. BG/N/2024/174811-[31]/ 06.03.2026 г. е подадена в законоустановения двумесечен срок от получаване на обжалваното решение. Решението, предмет на разглеждане в настоящото производство, е изпратено с уведомление от 17.12.2025 г. по електронна поща на страните в опозиционното производство. Съобщението е прочетено от жалбоподателя на 06.01.2026

г. видно от данните от Автоматичната информационна система за документооборот на Патентно ведомство, а жалбата е депозирана на 06.03.2026 г.

Жалбоподателят е заплатил дължимата държавна такса в размера, определен съгласно чл. 4, ал. 1, т. 9, б. „в“ от действащата към момента на подаване на жалбата Тарифа за таксите, които се събират от Патентно ведомство на Република България.

Жалбата е подадена от лице с правен интерес – лицето, подало опозиция с вх. № BG/N/2024/174811-[4] /14.02.2025 г. срещу регистрация на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана, чиято опозиция е оставена без уважение.

2. По основателността на жалбата:

Жалбата е НЕОСНОВАТЕЛНА. Съображенията за това са следните:

Обжалваното решение е издадено при спазване на приложимите административно-производствени правила, надлежно са разменени уведомления между страните и са обсъдени изразените в тях становища.

3. По съществото на спора:

Правното основание на опозицията е чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО.

Разпоредбата на чл. 12, ал. 1, т. 2 забранява регистрацията на марка, идентична или сходна на по-ранна марка, ако стоките или услугите на марките са идентични или сходни, когато има вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранната марка, т.е. опасност потребителите да повярват, че стоките или услугите са с общ търговски произход.

Видно от текста на разпоредбата е, че тя изисква изпълнението на следните кумулативно изискуеми предпоставки:

- по-ранно право върху марка;
- идентичност или сходство между стоките или услугите на атакуваната и по-ранната марка;
- идентичност или сходство между марките в конфликт;
- вероятност за объркване на потребителите.

По-ранно право върху марка

Видно от библиографските данни, сравнението между датите на заявяване на противопоставените марки - 03.07.2001 г., съответно 13.01.2021 г., и датата на заявяване на атакуваната марка – 05.09.2024 г., показва, че в полза на лицето, подало опозицията, е възникнало по-ранно право върху марка по смисъла на чл. 12, ал. 2, т. 1 от ЗМГО.

Сравнение на услугите

Изследването на идентичността и сходството на услугите на заявената и по-ранните марки предполага отчитане на тяхното естество и предназначение, дали са допълващи или конкуриращи се (удовлетворяват ли едни и същи или сходни потребности), релевантния кръг потребители и др.[1]

По отношение на сравнението на услугите следва да се отбележи, че в жалбата не се оспорва заключението на опозиционния състав за идентичност и сходство между сравняваните услуги, а именно:

[1] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-39/97 „Canon“, §23; виж още решение № 2134/29.03.2013 г. на Административен съд-София-град: „тези фактори включват inter alia, тяхната същност, техните крайни потребители и техния начин на използване, дали те са в конкурентна връзка помежду си или се допълват“.

Заявените услуги „*строителство*“ от клас 37 са **идентични** на услугите „*строителство*“ от клас 37 на по-ранната марка с рег. № 43689 и на по-ранната марка с рег. № 161290, тъй като са посочени с идентичен термин.

Заявените услуги „*строителство*“ от клас 37 са **идентични** на услугите „*строителни услуги*“ от клас 37 на по-ранната марка с рег. № 161290, тъй като са посочени с еквивалентни термини.

Заявените услуги „*изграждане и събаряне*“ от клас 37 са **сходни** на услугите „*строителство; монтажни услуги*“ от клас 37 на по-ранната марка с рег. № 43689 и услугите „*строителство; услуги за монтаж и ремонт; строителни услуги*“ от клас 37 на по-ранната марка с рег. № 161290. Услугите по изграждане и събаряне са пряко свързани със строителството, което по същина представлява правене/изграждане на постройки. Сравняваните услуги споделят сходно и взаимно допълващо се предназначение (събаряне/изграждане), могат да се предлагат от едни и същи лица чрез общи канали, и са насочени към един и същи потребителски кръг.

Идентичност или най-малко висока степен на сходство е налице и между услугите „*строителство, изграждане и събаряне*“ от клас 37 на процесната марка и останалите услугите от клас 37 на по-ранната марка с рег. № 161290, които по тяхно естество и предназначение са строителни услуги и тясно свързани с тях услуги по надзор.

Сравнение на марките

Сравнението между марките включва преценка за наличието на фонетично, визуално и смислово сходство. Степента на сходство зависи от впечатлението, което марките създават в цялост.[2] Марките се сравняват във вида, в който са заявени и регистрирани.

По-ранни марки	**Процесна марка**
	
рег. № 43689	
	
рег. № 161290	

Процесната марка е комбинирана и се състои изключително от главните латински букви „N” и „M“, изписани с удебелен шрифт и преплетени в монограм. Буквата „N” е представена в златист цвят, като дясната ѝ горна част е недовършена и прелива в

[2] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-251/95 „Sabèl”, § 23; виж в същия смисъл решение № 1211/29.01.2014 г. на Върховния административен съд: „в своята константна практика Върховният административен съд приема, че преценката налице ли е сходство между спорната марка и противопоставената по-ранна такава (като водещ критерий за наличието на вероятност от объркване на потребителите), изисква обсъждане на ефекта от възприемане на марката в нейната цялост, след анализ на основните ѝ елементи – визуално, смислово и фонетично възприятие на марката като отличителен знак за определена стока“.

следващата я буква „М“. Буквата „М” е в син цвят, като лявата ѝ част е изобразена слято с дясната част на буквата “N”. В състава на знака не се откроява доминиращ елемент, тъй като влиянието на буквите „N“ и „М“ е равнопоставено. Отличителността на процесната марка се носи от нейната цялост, в т.ч. композиционното и цветово оформление.

По-ранната марка с рег. № 43689 е комбинирана. Тя представлява фигуративен елемент, чиято горна част наподобява буквата „М“, като двата ѝ долни края се събират в ъгъл, съответстващ на този в горната част на буквата, образувайки стилизирана стрелка, насочена надолу. При марката няма доминиращ елемент, а отличителността ѝ се носи от нейната цялост.

Другата по-ранна марка с рег. № 161290 също е комбинирана. Тя включва в състава си удебелена главна буква „М“ в син цвят, изобразена в лявата част на знака. Под нея и също в син цвят са изобразени две прави линии образуващи ъгъл, съответстващ на горната част на буквата „М“. В дясно от описаните елементи е разположен словният елемент „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД, изписан с главни сини букви със стандартен шрифт. Доминиращ елемент в състава на знака е словният елемент, който е много по-голям от останалите елементи на знака и заема централната част от него, като изпъква със сините си букви на белия фон. Отличителността на знака се носи както от словния му елемент „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД, така и от комбинацията на разположените пред него буква „М“ и линии образуващи ъгъл, под нея, които в тяхната цялост се възприемат като стилизирано оформена стрелка, сочеща надолу.

Визуалното сходство се основава на визуалното въздействие на марките, определено от начина на графично представяне на думи, букви, цифри, фигури, рисунки, цветове и др.

Като се има предвид анализа на знаците, извършен по-горе, между процесната марка  и по-ранната марка  се установява визуално сходство, обусловено от характерния за буквата „М“ контур, удебелен и при двете марки. Между марките обаче се установяват и редица различия – като затварянето на долната част на буквата „М“ при по-ранната марка, което пресъздава горната ѝ част, и прави възможно възприемането ѝ като стилизирано оформена стрелка, насочена надолу, както и присъствието на буквата „N“ в състава на процесната марка и композиционното ѝ единство с буквата „М“. Различия се установяват и в цветовото оформление на марките. Установеното налага извод, че между процесната марка и по-ранната марка с рег. № 43689 е налице визуално сходство от ниска степен.

Между процесната марка  и по-ранната марка  също може да бъде установено визуално сходство, дължащо се на общата за тях буква „М“ и синия цвят, в който е оформена. И тук се установяват различия между марките – дължащи се на оформлението на буквата „М“ и линиите образуващи ъгъл, под нея, които в тяхната цялост се възприемат като стилизирано оформена стрелка, сочеща надолу, както и на словният елемент „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД, който няма аналог в процесната марка. В противовес на сходство е и цялостното композиционно оформление на процесната марка – образуваният монограм от буквите „N“ и „М“. Установеното налага извод, че между процесната марка и по-ранната марка с рег. № 161290 е налице ниска степен на визуално сходство, при разглеждане на марките в тяхната цялост.

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.

По-ранната марка с рег. № 43689 ще бъде произнесена като [ем], доколкото горната част наподобява буквата „М“.

Другата по-ранна марка с рег. № 161290 ще бъде произнесена като [ем метрополитен еад], а вероятно да бъде произнесена и само като [метрополитен еад], доколкото потребителите ще възприемат буквата „М“ от състава ѝ като свързана с думата „МЕТРОПОЛИТЕН“ – нейна първа буква. В такива случай потребителите нямат навика да произнасят отделената първа буква, доколкото я възприемат като аналог на самата дума.

Процесната марка ще бъде произнесена като [ен-ем].

От горното е видно, че между процесната марка и по-ранната марка с рег. № 161290 може да бъде установено известно сходство, ако бъде произнесен първия елемент от по-ранната марка. В случая, ако не бъде произнесен първия елемент при по-ранната марка, няма да бъде установено фонетично сходство, тъй като двете марки в тяхната цялост се различават съществено по броя срички, ритъма и мелодиката на произнасянето им.

Между процесната марка и по-ранната марка с рег. № 43689 се установява фонетично сходство, доколкото по-ранната марка е включена изцяло като втора сричка в процесната марка. Съответно първата сричка на процесната марка [ен] няма аналог в по-раната марка, което обуславя различие в интонационната организация и ритъма на произнасяне на сравняваните марки. Установеното води до извод, че между сравняваните марки е налице фонетично сходство от средна степен.

Смислово сходство

Семантичното съдържание на една марка е това, което тя означава, представата, която поражда. Оценката на смисловото сходство се основава на значението на елементите на марката.

По-ранната марка с рег. № 43689 се възприема като буква „М“.

Другата по-ранна марка с рег. № 161290 се възприема като наименование на юридическо лице – еднолично акционерно дружество „Метрополитен“, като самата дума „метрополитен“ създава представа за град или област, която е център на политическа, икономическа, културна или религиозна власт над по-малки градове или области, или за транспортна система, обслужваща голям град или метрополис, често изградена под земята.

Процесната марка, разглеждана в цялост, се възприема като монограм, съставен от преплетените букви „N“ и „М“, които не се свързва с конкретно значение, т.е. сам по себе си е с фантазиен характер.

Предвид гореизложеното, между процесната марка и по-ранните марки не може да се установи смислово сходство.

<u>Вероятност за объркване</u>

Вероятността за объркване на потребителите се преценява общо въз основа на всички относими по случая фактори[3] , 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.

При вероятността за объркване определяща роля играе впечатлението, което марките създават у потребителите. Отчита се принципът, че те възприемат марката в нейната цялост, а не като я разделят на отделните й компоненти.[4]

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.[5]

В настоящия случай услугите от клас 37 на процесната марка, за които бе установено, че са идентични и сходни във висока степен на услугите от същия клас на по-ранните марки, са насочени както към широката общественост така и към професионалните в областта. Като се има предвид специфичното им естество и предназначение - *строителство, изграждане и събаряне*, техните цени и задължителната консултация с лицето, предоставящо услугата, степента на внимание на релевантните потребители следва да бъде определена като вариращa от повишена до висока.

Отличителният характер на по-ранната марка е един от факторите, който също 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[6]. 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[7].

Във връзка с отличителността на по-ранните марки, в подкрепа на твърденията за повишена отличителност и ползване с репутация на по-ранните марки, в опозиционното производство опонентът е представил следните доказателства към опозицията:

Разпечатки на снимки (файл „Док_1.pdf“), от които е видно използването на знак  на входовете/изходите на различни функциониращи метростанции в гр. София, осъществяващи превоз на пътници.

Доклад на независимия одитор до едноличния собственик на „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД (файл „Док2_pdf“), във връзка с който опонентът сочи, че е генерирал изключително високи приходи, изразяващи се в десетки и стотици млн. лева за 2021 г., 2022 г. и 2023 г., от основната си дейност – а именно превоз на пътници.

Разпечатка от Интернет страницата - https://www.metropolitan.bg/ (файл „Прил_1.pdf“), която съдържа информация за софийското метро – карта на метрото и информация, публикувана от дружеството на опонента във връзка с различни събития, свързани с метрото – 27 години от откриването на първата отсечка на метрото в София, работа по изграждане на линии на метрото и метростанции и др. Посочено е, че Метрополитенът е собственост на Столична община и обслужва железопътните линии

[3] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-251/95 „Sabèl”, § 22
[4] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-342/97 „Lloyd Schuhfabrik”, §25.
[5] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-251/95 „Sabèl”, §26.
[6] Решение СЕС, C-251/95 „Sabel”, параграф 24
[7] Решение СЕС, C-342/97 „Lloyd”, параграф 22

за бърз превоз – метро в град София. Основното му предназначение е осигуряване на бърз и безопасен превоз на пътниците.

Разпечатка от профила на „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД в социалната мрежа Facebook - https://www.facebook.com/SofiaMetroOfficial/ (файл „Прил_2.pdf“). Официалната страницата има над 10 хил. харесвания и последователи -



. Във въведението на страницата е посочено, че тя касае транспортна услуга. Налични на снимки на строеж на линии на метрото в гр. София.

Въз основа на гореизложеното настоящата инстанция споделя извода на съставът по опозиции, че опонентът не е успял да докаже, че по-ранните марки , с рег. № 43689, “МЕТРОПОЛИТЕН” ЕАД, с рег. № 161290, са марки с репутация относно услугите от клас 37 на които се базира опозицията, а именно *строителство, ремонт, монтажни услуги и др. подобни*. От доказателствата е видно, че релевантните потребители свързват и познават дейността на опонента предимно и изключително като относима към превоза на пътници (услуга от клас 39 на МКСУ).

Предвид горното, анализът ще продължи, като предвид ще бъде взета само присъщата отличителност на по-ранните марки, която е нормална.

От своя страна между знаците на сравняваните марки се установи че между процесната марка и по-ранната марка , с рег. № 43689, е налице ниска степен на визуално сходство, средна степен на фонетично сходство и липса на смислово сходство. Съответно, между процесната марка и по-ранната марка “МЕТРОПОЛИТЕН” ЕАД, с рег. № 161290, бе установено наличие на ниска степен на визуално сходство и липса на фонетично и смислово сходство.

В случая е важно да се отбележи, че при анализа на сходството на марки не се сравняват изолирано отделни техни елементи, а се разглеждат знаците в цялост, така както са заявени. Наличието на сходство между части от тях не е достатъчно, за да се заключи наличие на сходство и между знаците в цялост, което винаги да поражда вероятност за объркване.

Следва да се отбележи, че по принцип, началото на знака има значително влияние върху общото впечатление, което марката оставя, защото потребителите по принцип се

концентрират върху първата част от дадена марка. Действително по-раната марка се различава в своето начало „N-“, което в рамките на словен елемент с малка дължина създава впечатлението за друга дума. Също така по-ранната марка с рег. № 161290 съдържа допълнителното словосъчетание „МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД, което няма аналог в процесната марка. Знаците също се различават значително във визуален аспект по графичното оформление и цветовото съчетание на словните елементи, както и в началото и дължината на доминиращите словни елементи. Освен горното, по-ранната марка с рег. № 43689 може изцяло да бъде възприета като стилизирано изображение на стрелка. Във фонетичен аспект, съществената разлика при произнасянето на първата сричка при процесната марка, повлиява цялостното звучене на марките и води до осезаемата разлика при произнасяне. С оглед на изложеното, въпреки идентичността и сходството на услугите, потребителите ще бъдат способни да направят ясно разграничение между марките в конфликт и съответно вероятност за объркване не би била налице.

Следователно изводът е, че независимо от идентичността и сходството на сравняваните услуги, потребителите ще са в състояние да разграничат ясно марките, тъй като сравняваните знаци имат различна структура и създават различно общо впечатление.

Горният извод не може да бъде опроверган дори и ако се приеме за доказано, че по-ранните марки на опонента се ползват с повишена отличителност и известност за услугите от клас 37. В случая, различията между знаците са напълно достатъчни, за да имат пълен превес над сходствата между сравняваните марки, и при сблъсъка на потребителите с процесната марка в тяхното съзнание няма да бъде извикан образа на по-ранните марки, независимо от тяхната потенциална повишена отличителност и известност, което препятства възникване на вероятност за объркване на потребителите.

Гореизложеното налага заключение, че фактическият състав на чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО не е изпълнен, доколкото не е налице вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранните марки.

От изложеното от фактическа и правна страна, жалба с вх. № BG/N/2024/174811-[31]/06.03.2026 г. срещу решение от 17.12.2025 г. по опозиция с вх. № BG/N/2024/174811-[4]/14.02.2025 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана, следва да бъде оставена изцяло без уважение на основание чл. 75, ал. 10, т. 3 от ЗМГО.

Въз основа на изложеното и на основание чл. 75, ал. 12 от ЗМГО, председателят на Патентно ведомство на Република България

РЕШИ:

На основание чл. 75, ал. 10, т. 3 от ЗМГО **ОСТАВЯ БЕЗ УВАЖЕНИЕ** жалба с вх. № BG/N/2024/174811-[31]/06.03.2026 г. срещу решение от 17.12.2025 г. на състав по опозиции, с което на основание чл. 57, ал. 9, т. 1, във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, опозиция с вх. № BG/N/2024/174811-[4]/14.02.2025 г. срещу регистрацията на марка с вх. № 174811 NM, комбинирана, е оставена без уважение.

Настоящото решение подлежи на обжалване, съгласно чл. 84, ал. 1 от ЗМГО, пред Административен съд София-град, чрез Патентно ведомство на Република България, в двумесечен срок, считано от датата на получаване на решението.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО:

X

ОЛЯ ДИМИТРОВА
30.10.2026 г.