РЕШЕНИЕ № РС-171-[1]/22.10.2026 г.

Образувано е производство за разглеждане на жалба с вх.№ 146796-[12]/19.08.2025 г. от „Панацея 2001“ ООД, град София, срещу решение от 24.06.2025 г. на състав по опозиции относно заявка за регистрация на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна.

СЪЩНОСТ НА ЖАЛБАТА НА ПАНАЦЕЯ 2001 ООД, ГРАД СОФИЯ

Жалбата е с правно основание чл. 69, ал. 1, т. 3 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО). С нея заявителят на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, иска отмяна на решение от 24.06.2025 г. на състав по опозиции в частта, с която опозиция вх.№ 70092666/13.04.2018 г. срещу регистрацията на марката е уважена частично и тя е отказана на основание чл. 57, ал. 9, т. 2 от ЗМГО за всички стоки и услуги от класове 3 и 35 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ) и за стоките „фармацевтични и ветеринарни препарати; хигиенни препарати за медицински цели; диетични храни и вещества за медицински и ветеринарни цели, диетични добавки за хора и животни; дезинфектанти; лечебни билки; билкови лекарства; билков чай [лечебни напитки]; билков чай за медицинска употреба; билкови съставки за медицинска употреба; билкови чайове за лечебни цели; билкови напитки за медицинска употреба; лечебен чай; тинктури за медицински цели; тинктури за облекчаване на настинки; тинктури на облекчаване на простуда; тинктури за предотвратяване на настинки; тинктури за предотвратяване на простуда; тинктури за облекчаване на астма; тинктури за предотвратяване на инфекции на гърлото; растителни екстракти за фармацевтична употреба; екстракт от хмел за фармацевтични цели; лекарствени билкови екстракти за медицински цели; хранителни добавки; лечебни хранителни добавки; антиоксидантни хранителни добавки; диетични хранителни добавки; минерални хранителни добавки; ензимни хранителни добавки; хранителни добавки от прополис; диетични и хранителни добавки; хранителни добавки за животни; хранителни добавки от дрожди; хранителни добавки от пчелно млечице; антибиотични хранителни добавки за животни; хранителни добавки за медицински цели; хранителни добавки за диетични цели; минерални добавки към хранителни продукти; хранителни добавки и диетични препарати; хранителни добавки за диабетици [специално приготвени]; здравословни хранителни добавки, направени главно от витамини; здравословни хранителни добавки, направени главно от минерали; медицински добавки за хранителни вещества за животни; лечебни хранителни вещества за употреба като диетични добавки; здравословни хранителни добавки за хора със специални диетични нужди; дезинфектиращ сапун; медицински сапун“ (клас 5).

С оглед на искането за отмяна на опозиционното решение за отказаните стоки и услуги от класове 3, 5 и 35 на МКСУ жалбоподателят се аргументира.

Първо смята, че между стоките от клас 3 на МКСУ липсва идентичност или сходство, защото изделията на по-ранната марка са описани с общи понятия. Дава пример със стоки като „лак за нокти“ и „лакочистител“ и „грим“ и „препарати за сваляне на грим“, за които приема, че идентичността им или високата им степен на сходство не се обосновават само с констатацията за допълване и съвместно използване, а налагат изследване и на тяхното естество, предназначение, начин на употреба, дистрибуция, релевантни потребители.

После разглежда клас 5 на МКСУ, където изразява несъгласие с преценката за сходство на стоките на процесната марка със стоката „фунгициди“ на по-ранния знак. Изтъква, че те имат различна природа; функция; регулаторен режим (едните са лекарства

и хранителни добавки, докато другите са препарати за растителна защита); канали за разпространение; и купувачи (пациенти, болници, аптеки и ветеринарни клиники срещу лица, ангажирани със земеделие). Не подкрепя и приравняването на стоките „фунгициди“ към групата на фармацевтичните противогъбични средства, както и наличието на съвпадение по отношение на състава. Като още по-крайно определя заключението за сходство с категорията „хигиенни препарати за медицински цели; дезинфектанти; тинктури за медицински цели; дезинфектиращ сапун; медицински сапун“. При сравнението на продуктите от клас 5 на МКСУ открива и някои противоречия, които според него показват липсата на последователност при прилагане на критериите за сравнение.

По повод на услугите от клас 35 на МКСУ възразява срещу заключението за сходство със стоките от класове 3 и 5 на МКСУ. С оглед на това добавя, че изделията, предмет на търговията на дребно, са дефинирани твърде широко, поради което не предполагат пряка връзка с артикулите, за които е регистрирана по-ранната марка.

По-нататък анализира марките. Във връзка с тях казва, че опозиционният състав неправилно акцентира върху термина Панацея/Panacea. Твърди, че между словните елементи Панацея и Panacea няма визуално сходство, защото се разминават в графиката на изграждащите ги символи и съпътстващи компоненти. Аналогични разсъждения прави и относно фонетиката и смисъла, като за семантиката подчертава и описателния характер на думата Панацея/Panacea.

Накрая говори за вероятността за объркване. Въз основа на съображенията, които представя формира извод, че такава не съществува.

В заключение иска отмяна на решението от 24.06.2025 г. на състав по опозиции, в частта, с която регистрацията на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, е отказана за всички стоки и услуги от класове 3 и 35 и за някои от стоките от клас 5 на МКСУ.

СТАНОВИЩЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНАТА СТРАНА СИНЕРДЖИ ХЕЛТ ООД, СЕЛО РУЕН

Със съобщение от 30.01.2026 г. заинтересованата страна – лице, подало опозиция с вх.№ 70092666/13.04.2018 г. срещу регистрацията на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, е уведомена за жалбата срещу решението от 24.06.2025 г. В отговор на жалбата опонентът е представил становището си. С него заявява, че изцяло поддържа позицията на опозиционния състав по отношение на стоките, услугите и марките. За знаците приема, че словният елемент Panacea е отличителен и доминиращ. Коментира визуалното, фонетичното и смисловото сходство, което сочи за значително, дори стигащо до идентичност в контекста на значението на знаците. Воден от доводите си за идентичност и сходство твърди, че съществува вероятност за объркване, респ. счита жалбата за неоснователна.

ФАКТИЧЕСКА ОБСТАНОВКА

1. Идентификация на страните

1.1. „Панацея 2001“ ООД; с ЕИК: 204255395; със седалище и адрес на управление: ПК 1220 София, район Сердика, ж.к. „Военна рампа“ , бул. „Илиенци“ 12; с управител: [име, презиме, фамилия] – жалбоподател и заявител на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, чрез представителя по индустриална собственост [име, фамилия].

1.2. „Синерджи Хелт“ ООД (предишно име „Свансон“ ЕООД); с ЕИК: 204631980; със седалище и адрес на управление: ПК 4102 село Руен, област Пловдив, община Куклен, ул. „Църковна“ 5; с управител: [име, презиме, фамилия] - заинтересована страна и опонент по опозиция с вх.№ 70092666/13.04.2018 г. срещу регистрацията на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, чрез представителя по индустриална собственост [име, фамилия].

2. Установени факти

2.1. Опозиция срещу регистрацията

На 13.04.2018 г., от името на дружеството „Биохерба Р“, в качеството му на притежател на марка с рег.№ 143713 Panacea/Панацея, комбинирана, прехвърлена впоследствие на „Свансон“ ЕООД, променен на „Синерджи Хелт“ ООД, в Патентното ведомство е постъпила опозиция срещу регистрацията на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, за всички стоки и услуги от класове 3, 5 и 35 на МКСУ. Опозицията е подадена във връзка с чл. 12, ал. 1, т. 2 от ЗМГО. С нея опонентът сочи като по-ранно право марката си с рег.№ 143713 Panacea/Панацея, комбинирана, регистрирана за стоки и услуги от класове 3, 5 и 35 на МКСУ, като с опозицията са противопоставени всички продукти от цитираните класове. Съгласно повдигнатите относителни основания за отказ твърди, че стоките и услугите на марките са идентични и сходни във висока степен. За знаците приема наличието на визуално и фонетично сходство във висока степен и на семантична идентичност. Предвид това счита, че съществува вероятност за объркване.

2.2. Марка, обект на опозицията

Опозицията е подадена срещу регистрацията на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, заявена на 05.07.2017 г. за стоките и услугите от класове 3, 5 и 35 на МКСУ:

- Клас 3: адстрингентни вещества за козметични цели; ароматизатори [етерични масла]; ароматизатори за въздух; ароматизатори за храни [етерични масла]; ароматизирана вода; ароматизиращи вещества за торти и кексове [етерични масла]; ароматични добавки за напитки [етерични масла]; бадемов сапун; бадемово масло; бадемово мляко за козметични цели; бадианова есенция; балсами за коса; балсами, с изключение на тези за медицински цели; бергамотово масло; бои за брада; бои за коса; вазелин за козметични цели; вода за плакнене на уста, не за медицински цели; водороден пероксид за козметични цели; телове за масаж за не медицински цели; телове за избелване на зъби; гераниол; гланц за устни; дезодоранти за домашни любимци; дезодоранти за хора или животни; дезодориращ сапун; екстракти от цветя [парфюми]; етерични масла; етерични масла от кедрово дърво; етерични масла от лимон; етерични масла от цитрон; етерни есенции; жасминово масло; избелваща сода; избелващи кремове за кожа; избелващи препарати [обезцветители] за козметични цели; козметични бои; козметични комплекти; козметични кремове; козметични маски; козметични моливи; козметични препарати за вани; козметични препарати за грижи за кожата; козметични средства за животни; къна [козметична боя]; кърпи, импрегнирани с почистващ препарат; кърпички за еднократна употреба, напоени с козметични лосиони; кърпички напоени с препарати, за сваляне на грим; лавандулова вода; лавандулово масло; лак за нокти; лакочистители; ленти за избелване на зъби; ленти за освежаване на дъха; лосиони за козметични цели; лосиони за коса; лосиони за след бръснене; мазилни вещества за козметични цели; масла за козметични цели; масла за парфюми и благоухания; масла за поддържане на тоалета; масла за почистване; масло от гаултерия; мента за парфюмерията; ментова есенция [етерично масло]; немедицински препарати за баня; одеколон; основи за парфюми от цветя; оцветители за козметични цели; оцветители за коса; памучна вата за козметични цели; памучни тампони за козметични цели; парфюмерия; парфюми; полиращи средства за зъби и за зъбни протези; прахове или пасти за зъби; препарати за бръснене; препарати за гримиране; препарати за интимна хигиена за почистване или ароматизиране; препарати за поддържане на ноктите; препарати за почистване на протези и зъби; препарати за сваляне на грим; препарати за слънчев загар [козметични средства]; препарати от алое вера за козметични цели; препарати против изпотяване [козметични средства]; пудра за гримиране; разтвори за почистване; розово масло; сапун; сапун за бръснене; сапун за освежаване на текстил; сапун против изпотяване; сапун против изпотяване на крака; слънцезащитни препарати;

соли за вани, не за медицински цели; спрей за коса; спрейове за освежаване на дъха; стипца [адстрингенти]; сухи шампоани; талк на прах за поддържане на тоалета; тоалетна вода; тоалетно мляко за почистване; шампоани; шампоани за домашни любимци; екстракти от цветя; екстракти от парфюми; етерични масла и ароматни екстракти.

- Клас 5: фармацевтични и ветеринарни препарати; хигиенни препарати за медицински цели; диетични храни и вещества за медицински или ветеринарни цели, бебешки храни; диетични добавки за хора и животни; дезинфектанти; лечебни билки; билкови лекарства; билков чай [лечебни напитки]; билков чай за медицинска употреба; билкови съставки за медицинска употреба; билкови чайове за лечебни цели; билкови напитки за медицинска употреба; лечебен чай; тинктури за медицински цели; тинктури за облекчаване на настинки; тинктури за облекчаване на простуда; тинктури за предотвратяване на настинки; тинктури за предотвратяване на простуда; тинктури за облекчаване на астма; тинктури за предотвратяване на инфекции на гърлото; растителни екстракти за фармацевтична употреба; екстракт от хмел за фармацевтични цели; лекарствени билкови екстракти за медицински цели; хранителни добавки; глюкозни хранителни добавки; лецитинови хранителни добавки; лечебни хранителни добавки; антиоксидантни хранителни добавки; диетични хранителни добавки; протеинови хранителни добавки; казеинови хранителни добавки; минерални хранителни добавки; ензимни хранителни добавки; хранителни добавки от прополис; диетични и хранителни добавки; хранителни добавки за животни; хранителни добавки от дрожди; хранителни добавки от полени; хранителни добавки от ленено семе; хранителни добавки от пчелно млечице; антибиотични хранителни добавки за животни; хранителни добавки за медицински цели; хранителни добавки за диетични цели; хранителни добавки от пшенични зародиши; минерални добавки към хранителни продукти; хранителни добавки и диетични препарати; хранителни добавки за диабетици [специално приготвени]; витаминни препарати под формата на хранителни добавки; здравословни хранителни добавки, направени главно от витамини; здравословни хранителни добавки, направени главно от минерали; медицински добавки за хранителни вещества за животни; лечебни хранителни вещества за употреба като диетични добавки; здравословни хранителни добавки за хора със специални диетични нужди; дезинфектиращ сапун; медицински сапун.

- Клас 35: услуги за продажби на едро и на дребно на фармацевтични, ветеринарни и козметични продукти.

2.3. По-ранна марка

С опозиция вх.№ 70092666/13.04.2018 г. като по-ранна е посочена марка с рег.№ 143713 Panacea/Панацея, комбинирана, заявена на 11.11.2016 г. и регистрирана на 20.03.2025 г. за стоки и услуги от класове 3, 5 и 35 на МКСУ:

- Клас 3: абразиви; абразивна хартия; адстрингентни вещества за козметични цели; алкална луга; амоняк [летливи алкали] [детергент]; антистатични препарати за домакински цели; апретура за пране; ароматизатори [етерични масла]; ароматизатори за въздух; ароматизатори за храни [етерични масла]; ароматизирана вода; ароматизирани пръчици; ароматизирано дърво; ароматизиращи вещества за торти и кексове [етерични масла]; ароматични добавки за напитки [етерични масла]; бадемово масло; бадианова есенция; балсами за коса; балсами, с изключение на тези за медицински цели; бергамотово масло; бои за брада; бои за коса; бръснарски камъни [адстрингенти]; вазелин за козметични цели; вода за плакнене на уста, не за медицински цели; водороден пероксид за козметични цели; восък за мустаци; восък за обувки; восък за шивашки конци; восъци за обработена кожа; вулканична пепел за почистване; гелове за масаж за не медицински цели; гераниол; гланц за устни; гласпапир; грим; грим за мигли; дезодоранти за домашни любимци; дезодоранти за хора или животни; декоративни ваденки за козметични цели; декоративни лепенки за нокти; депилаторен восък; депилатори; детергенти, с изключение на такива за производствени операции и за

медицински цели; диамантин [ситносмлян корунд] [абразив]; диатомит [инфузорна пръст, трепел] за полиране; екстракти от парфюми; екстракти от цветя [парфюми]; избелващи кремове за кожа; изкуствени мигли; изкуствени нокти; изсушени розови листа [аромати]; йонон [парфюмерия]; камъни за заглаждане и полиране; кехлибар [парфюм]; козметични бои; козметични комплекти; козметични кремове; козметични маски; козметични моливи; козметични препарати за вани; козметични препарати за изкуствени мигли; козметични препарати за отслабване; козметични средства за вежди; козметични средства за животни; консерванти за кожа [полиращи средства]; корунд [абразив]; креда за белосване; крем за обувки; кремове за обработена кожа; кутии за червила; къдрини за коса; къна [козметична боя]; лак за нокти; ленти за освежаване на дъха; лепила за козметични цели; лепила за фиксиране на изкуствени мигли; лепила за фиксиране на перуки; лосиони за коса; лосиони за след бръснене; мазилни вещества за козметични цели; масла за парфюми и благоухания; масла за поддържане на тоалета; масло от гаултерия; мента за парфюмерията; ментова есенция [етерично масло]; метални карбиди [абразиви]; моливи за вежди; мускус [парфюмерия]; неутрализатори за студено къдрене; обущарски восък; одеколон; омекотители за тъкани [при пране]; основи за парфюми от цветя; оцветители за козметични цели; оцветители за коса; памучна вата за козметични цели; памучни тампони за козметични цели; парафин за пералня; паркетен восък; парфюмерия; парфюми; пасти за бръснарски ремъци; пемза; платнена шкурка; платнена шкурка с абразив корунд; подов восък; полиращ восък; полиращи камъни; полиращи пасти; полиращи препарати; полиращи средства за зъби и за зъбни протези; политура за мебели и за подови настилки; предпазващ от хлъзгане восък за подове; предпазващи от хлъзгане течности за подове; препарат за придаване на гланц за листата на растения; препарати за бръснене; препарати за гримиране; препарати за заточване; препарати за изглаждане на гънките [колосване]; препарати за изправяне на коса; препарати за къдрене на коса; препарати за обезцветяване; препарати за опушване [парфюми]; препарати за отпушване на водосточни тръби; препарати за слънчев загар [козметични средства]; препарати за смилане; препарати за сушене за съдомиялни машини; пудра за гримиране; слънцезащитни препарати; соли за вани, не за медицински цели; спрей за коса; спрейове за освежаване на дъха; стипца [адстрингенти]; стъклена тъкан; сухи ароматизатори за парфюмиране на бельо [сашета]; сухи шампоани; талк на прах за поддържане на тоалета; тамян; терпени [етерични масла]; тоалетни принадлежности; хартиена шкурка; хартиена шкурка с абразив корунд; хартия за полиране; хелиотропин; червен прах за полиране; червила за устни; шмиргел.

- Клас 5: препарати за унищожаване на вредни животни; фунгициди, хербициди.

- Клас 35: абониране за вестници [за трети лица];абониране за телекомуникационни услуги [за трети лица];административно обработване на поръчки на клиенти; административно управление на компании от подизпълнител; административно управление на програми за лоялни клиенти; административно управление на програми за лоялни клиенти на авиокомпании; административно управление на хотели; актуализиране и поддържане на данни в компютърни бази данни; актуализиране на рекламни материали; анализ на себестойността; бизнес мениджмънт на спортисти; бизнес одити; бизнес оценка на търговска ефективност; бизнес управление за доставчици на услуги на свободна практика; бизнес управление на програми за възстановяване на средства за трети лица; връзки с обществеността; възпроизвеждане на документи; дизайн на рекламни материали; изготвяне на ведомости; изготвяне на статистически данни; издаване на фактури; изследване на пазара; изследвания с търговска цел; икономическо прогнозиране; интернет индексиране за търговски или рекламни цели; консултантски услуги в областта на човешките ресурси; консултантски услуги за търговско управление; консултации в областта на организирането на търговията; консултации в областта на търговското ръководство и организация; консултации в областта на търговското управление; маркетинг; машинописни услуги;

набиране на кадри; набиране на спонсори; насърчаване на продажбите [за трети лица]; он-лайн реклама в компютърна мрежа; оптимизиране на търсещи системи, с цел увеличаване на продажбите; оптимизиране на уебсайт – трафик; организиране на изложби с търговска или рекламна цел; организиране на модни ревюта с промоционална цел; организиране на търгове; организиране на търговски панаири с търговска или рекламна цел; отдаване под наем на автомати за продажба; отдаване под наем на канцеларски машини и апарати; отдаване под наем на рекламни билбордове; отдаване под наем на рекламни съоръжения; отдаване под наем на рекламно време във всички средства за комуникация; отдаване под наем на рекламно пространство и време; отдаване под наем на търговски щандове; отдаване под наем на фотокопирни машини; писане на сценарии за рекламни цели; подизпълнителски услуги (търговско подпомагане); подпомагане на търговското управление; подреждане на витрини; помощ при управление на търговски или промишлени предприятия; попълване на данъчни декларации; преглед на печата; пей пер клик реклама; предоставяне на бизнес информация чрез уеб сайт; предоставяне на търговска информация и консултации за потребители [търговска консултация в магазините];предоставяне на търговска и фирмена информация за контакти; приемане на телефонни съобщения [за отсъстващи абонати]; производство на рекламни филми; проучване на общественото мнение; проучване на пазара; проучване с търговска цел; професионални консултации в областта на търговията; психологическо тестване за подбор на кадри; публикуване на рекламни текстове; радиорекламиране; разпространение на мостри; разпространение на рекламни материали; разпространение на рекламни материали по пощата [листовки, проспекти, брошури, мостри]; реклама; рекламиране на открито; рекламиране чрез афиши; рекламиране чрез пощенски поръчки; рекламиране чрез телевизията; секретарски услуги; систематизиране на информация в компютърни бази данни; снабдяване за сметка на трети лица [закупуване на стоки или услуги за други предприятия]; стенографски услуги; счетоводни услуги; събиране на информация в компютърни бази данни; създаване на рекламни текстове; съставяне на автобиографии за трети лица; съставяне на извлечения от сметки; текстообработка; телемаркетингови услуги; транскрибиране на съобщения [административна дейност];търговска информация; търговски оценки; търговски справки; търговски посреднически услуги; търговско управление на лицензиране на стоки и услуги за трети лица; търсене в компютърни бази данни [за трети лица]; управление на бизнес проекти; управление на компютърни файлове; управление на сделки в областта на изкуството; услуги за напомняне за уговорени срещи [административна дейност];услуги за подаване на данъчни декларации; услуги за уреждане на срещи [административна дейност]; услуги за художествено оформление за рекламни цели; услуги на агенции за внос и износ; услуги на агенции за търговска информация; услуги на манекени, свързани с рекламиране и представяне на стоки; услуги на рекламни агенции; услуги на трудови борси; услуги, свързани с водене на преговори и сключване на търговски сделки за сметка на трети лица; услуги, свързани със сравняване на цени; услуги, свързани с преместване на предприятия; фотокопирни услуги; рекламни услуги, предоставяни по интернет; рекламни услуги, предоставяни чрез интернет; организиране на търгове чрез интернет; реклама в интернет за трети лица; създаване на реклами за ползване в интернет; рекламиране чрез електронни медии и по-специално интернет; услуги свързани с бизнес администрация за обработка на продажбите направени през интернет; реклама по пощата; изготвяне на списъци с адреси за директна реклама по пощата [различни от продажба];провеждане на търгове през интернет; осигуряване на онлайн търговска информационна директория в интернет; разпространяване на реклама за други лица по интернет.

Видно от библиографските данни на марката е, че тя е със защитени цветове: светло синьо, светло зелено, наситено жълто, маслено зелено; и с изображение:

Регистрацията на марката е със срок на действие до 11.11.2026 г.

3. Оспорено решение

С решение от 24.06.2025 г. опозиция вх.№ 70092666/13.04.2018 г. е уважена частично и заявката за регистрация на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, е отказана за всички стоки и услуги от класове 3 и 35 и за някои от стоките от клас 5 и е отхвърлена като неоснователна за останалите стоки от клас 5 на МКСУ. За да вземе това решение, опозиционният състав е направил сравнение на стоките и услугите от класове 3, 5 и 35 на МКСУ, за част от които е определил идентичност и сходство във висока степен. Продължил е с анализ на марките и ги е извел като визуално, фонетично и смислово сходни. В заключение е счел, че по отношение на идентичните и сходните продукти съществува вероятност за объркване на потребителите, тъй като знаците съвпадат в елемента Панацея/Panacea.

ПРАВНИ ИЗВОДИ

1. По допустимостта

Жалбата е допустима, тъй като:

- подадена е чрез представител по индустриална собственост, който надлежно я е подписал и е представил пълномощно.

- депозирана е в двумесечния срок съгласно чл. 70, ал. 1 от ЗМГО от съобщаването на решението от 24.06.2025 г.;

- жалбоподателят е лице с правен интерес, доколкото е заявител на марка с вх.№ 146796 Панацея 2001/Panacea 2001, словна, срещу чиято регистрация е подадена опозиция с вх.№ 70092666/13.04.2018 г.;

- дължимата такса за обжалване е платена в размера, определен в чл. 4, ал. 1, т. 9, б. в) от действащата към момента на подаване на жалбата Тарифа за таксите, които се събират от Патентното ведомство на Република България.

2. По спора

Жалбата е неоснователна. Съображенията за това са:

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

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

Член 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 съществуването на вероятност за объркване изисква изследване за наличието на:

- по-ранно право върху марка

- релевантни потребители

- идентичност или сходство между стоките или услугите на атакуваната и по-ранната марка

- идентичност или сходство между марките в конфликт

- обща оценка на вероятността за объркване.

По-ранно право върху марка

Сравнението между датата на заявяване на атакуваната марка – 05.07.2017 г., и датата на заявяване на марка с рег.№ 143713 - 11.11.2016 г., показва, че в полза на опонента, е възникнало по-ранно право върху марка.

Релевантни потребители

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.[1] Необходимо е също да се отчете, че степента на внимание на средния потребител може да е различна за различните категории стоки или услуги.[2]

По спора, предвид стоките и услугите на марките, степента на внимание на потребителите варира от средна към висока. Това произтича от факта, че продуктите от класове 3, 5 и 35 на МКСУ, и особено тези от категорията на фармацевтичните препарати, дейностите по продажба на едро и дребно, рекламата, управлението и администрацията, са с относително тясна насоченост. В тях се влагат специални знания при изработването, процеса на предлагане и внедряване, могат да бъдат с висока стойност и да изискват предварително проучване и информация от специалист преди закупуване.

Идентичност или сходство на стоките и услугите

Анализът на идентичността или сходството на стоките или услугите на марките предполага изследване на тяхното естество и предназначение, дали са допълващи или конкуриращи се (удовлетворяват ли еднакви или сходни потребности), релевантния кръг потребители и други.[3]

Във връзка с анализа на стоките и услугите актът е оспорен по отношение на всички стоки и услуги от класове 3 и 35 на МКСУ и стоките „фармацевтични и ветеринарни препарати; хигиенни препарати за медицински цели; диетични храни и вещества за медицински и ветеринарни цели, диетични добавки за хора и животни; дезинфектанти; лечебни билки; билкови лекарства; билков чай [лечебни напитки]; билков чай за медицинска употреба; билкови съставки за медицинска употреба; билкови чайове за лечебни цели; билкови напитки за медицинска употреба; лечебен чай; тинктури за медицински цели; тинктури за облекчаване на настинки; тинктури на облекчаване на простуда; тинктури за предотвратяване на настинки; тинктури за предотвратяване на простуда; тинктури за облекчаване на астма; тинктури за предотвратяване на инфекции на гърлото; растителни екстракти за фармацевтична употреба; екстракт от хмел за фармацевтични цели; лекарствени билкови екстракти за медицински цели; хранителни добавки; лечебни хранителни добавки; антиоксидантни хранителни добавки; диетични хранителни добавки; минерални хранителни добавки; ензимни хранителни добавки; хранителни добавки от прополис; диетични и хранителни добавки; хранителни добавки за животни; хранителни добавки от дрожди; хранителни добавки от пчелно млечице; антибиотични хранителни добавки за животни; хранителни добавки за медицински цели; хранителни добавки за диетични цели; минерални добавки към хранителни продукти; хранителни добавки и диетични препарати; хранителни добавки за диабетици [специално приготвени]; здравословни хранителни добавки, направени главно от витамини; здравословни хранителни добавки, направени главно от минерали; медицински добавки за хранителни вещества за животни; лечебни хранителни вещества за употреба като диетични добавки; здравословни хранителни добавки за хора със специални диетични нужди; дезинфектиращ сапун; медицински сапун“ (клас 5).

Стоките на по-късната марка „адстрингентни вещества за козметични цели; ароматизатори [етерични масла]; ароматизатори за въздух; ароматизатори за храни [етерични масла]; ароматизирана вода; ароматизиращи вещества за торти и кексове [етерични масла]; ароматични добавки за напитки [етерични масла]; бадемово масло;

[1] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-251/95 Sabèl, §26.

[2] Решение на Съда на Европейския съюз по дело T-256/04 Respicur, § 42.

[3] 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“.

бадианова есенция; балсами за коса; балсами, с изключение на тези за медицински цели; бергамотово масло; бои за брада; бои за коса; вазелин за козметични цели; вода за плакнене на уста, не за медицински цели; водороден пероксид за козметични цели; гераниол; гланц за устни; дезодоранти за домашни любимци; дезодоранти за хора или животни; екстракти от цветя [парфюми]; избелващи кремове за кожа; козметични бои; козметични комплекти; козметични кремове; козметични маски; козметични моливи; козметични препарати за вани; козметични средства за животни; къна [козметична боя]; лак за нокти; ленти за освежаване на дъха; лосиони за коса; лосиони за след бръснене; мазилни вещества за козметични цели; масла за парфюми и благоухания; масла за поддържане на тоалета; масло от гаултерия; мента за парфюмерията; ментова есенция [етерично масло]; одеколон; основи за парфюми от цветя; оцветители за козметични цели; оцветители за коса; памучна вата за козметични цели; памучни тампони за козметични цели; парфюмерия; парфюми; полиращи средства за зъби и за зъбни протези; препарати за бръснене; препарати за гримиране; препарати за слънчев загар [козметични средства]; пудра за гримиране; слънцезащитни препарати; соли за вани, не за медицински цели; спрей за коса; спрейове за освежаване на дъха; стипца [адстрингенти]; сухи шампоани; талк на прах за поддържане на тоалета; екстракти от цветя; екстракти от парфюми“ (клас 3) са идентични на същите стоки от клас 3 на МКСУ на по-ранната марка. Идентичността между тях е резултат от пълното съвпадение на наименованията, с които са описани.

Между останалите стоки от клас 3 на МКСУ на заявената марка „бадемов сапун; бадемово мляко за козметични цели; телове за масаж за не медицински цели; телове за избелване на зъби; дезодориращ сапун; етерични масла; етерични масла от кедрово дърво; етерични масла от лимон; етерични масла от цитрон; етерни есенции; жасминово масло; избелваща сода; избелващи препарати [обезцветители] за козметични цели; козметични препарати за грижи за кожата; кърпи, импрегнирани с почистващ препарат; кърпички за еднократна употреба, напоени с козметични лосиони; кърпички напоени с препарати, за сваляне на грим; лавандулова вода; лавандулово масло; лакочистители; ленти за избелване на зъби; лосиони за козметични цели; масла за козметични цели; масла за почистване; немедицински препарати за баня; прахове или пасти за зъби; препарати за интимна хигиена за почистване или ароматизиране; препарати за поддържане на ноктите; препарати за почистване на протези и зъби; препарати за сваляне на грим; препарати от алое вера за козметични цели; препарати против изпотяване [козметични средства]; разтвори за почистване; розово масло; сапун; сапун за бръснене; сапун за освежаване на текстил; сапун против изпотяване; сапун против изпотяване на крака; тоалетна вода; тоалетно мляко за почистване; шампоани; шампоани за домашни любимци; етерични масла и ароматни екстракти“ и стоките на по-ранната марка „дезодоранти за домашни любимци; дезодоранти за хора или животни; детергенти, с изключение на такива за производствени операции и за медицински цели; избелващи кремове за кожа; козметични средства за животни; мазилни вещества за козметични цели; масла за парфюми и благоухания; масла за поддържане на тоалета; парфюмерия; парфюми; полиращи средства за зъби и за зъбни протези; тоалетни принадлежности“ (клас 3) отново има идентичност. Идентичността се дължи на отнасянето им като частно към общо. При аргументирането на този извод се прилага принципът, според който тогава, когато стоките или услугите на атакуваната марка са включени в по-широките понятия, с които са назовани противопоставените такива, те се считат за идентични[4], защото по правило имат еднакво естество, методи на разпространение и релевантни потребители (по своята същност стоките на марките визират един и същ продуктов сегмент, който се състои от основни групи изделия и техни конкретни видове и подвидове почистващи, козметични и тоалетни препарати). С оглед на това

[4] Решение на Съда на Европейския съюз по дело T-522/10 Hell, § 36.

съображенията на жалбоподателя за липса на идентичност поради употребата на общи термини при дефинирането на стоките на по-ранната марка не могат да бъдат споделени. Клас 3 на МКСУ включва немедицински тоалетни средства и средства за почистване на интериорни пространства и предмети за бита. Съгласно означенията, чрез които са обективирани продуктите на заявената и по-ранната марка, от гл.т. на критериите естество, варианти на употреба и предназначение, те представляват нелечебни козметични и хигиенни средства, които се разпределят между няколко от съдържащите се в заглавието на класа категории[5]: *тоалетни принадлежности* (бадемов сапун; бадемово мляко за козметични цели; телове за масаж за не медицински цели; телове за избелване на зъби; дезодориращ сапун; етерични масла; етерични масла от кедрово дърво; етерични масла от лимон; етерични масла от цитрон; етерни есенции; жасминово масло; избелващи препарати [обезцветители] за козметични цели; козметични препарати за грижи за кожата; кърпички за еднократна употреба, напоени с козметични лосиони; кърпички напоени с препарати, за сваляне на грим; лавандулова вода; лавандулово масло; лакочистители; ленти за избелване на зъби; лосиони за козметични цели; масла за козметични цели; немедицински препарати за баня; прахове или пасти за зъби; препарати за интимна хигиена за почистване или ароматизиране; препарати за поддържане на ноктите; препарати за почистване на протези и зъби; препарати за сваляне на грим; препарати от алое вера за козметични цели; препарати против изпотяване [козметични средства]; розово масло; сапун; сапун за бръснене; сапун против изпотяване; сапун против изпотяване на крака; тоалетна вода; тоалетно мляко за почистване; шампоани; шампоани за домашни любимци; етерични масла и ароматни екстракти; дезодоранти за домашни любимци; дезодоранти за хора или животни; избелващи кремове за кожа; козметични средства за животни; мазилни вещества за козметични цели; масла за парфюми и благоухания; масла за поддържане на тоалета; парфюмерия; парфюми; полиращи средства за зъби и за зъбни протези); *средства за почистване на зъби* (телове за избелване на зъби; ленти за избелване на зъби; прахове или пасти за зъби; препарати за почистване на протези и зъби; полиращи средства за зъби и за зъбни протези); *парфюми* (лавандулова вода; тоалетна вода); *избелващи препарати и други вещества за пране* (избелваща сода; сапун; сапун за освежаване на текстил; детергенти, с изключение на такива за производствени операции и за медицински цели); *препарати за почистване* (масла за почистване; разтвори за почистване; детергенти, с изключение на такива за производствени операции и за медицински цели). В контекста на по-късната марка и марката на опонента, от цитираните категории от заглавието на клас 3 на МКСУ, в списъка на сравняваните стоки са въведени единствено тоалетните принадлежности и парфюмите/парфюмерията (противопоставения знак), докато другите (пак в марка с рег.№ 143713) са изразени чрез подкатегориите „дезодоранти за домашни любимци; дезодоранти за хора или животни“, „детергенти, с изключение на такива за производствени операции и за медицински цели“, „избелващи кремове за кожа“, „козметични средства за животни“, „мазилни вещества за козметични цели“, „масла за парфюми и благоухания“, „масла за поддържане на тоалета“ и „полиращи средства за зъби и за зъбни протези“. Видно от по-обширните названия на стоките от клас 3 на МКСУ на по-ранния знак е, че те са достатъчно ясни и точни. Техният смисъл е лесно разбираем, тъй като е пресъздаден чрез обичайни за сектора думи и уточняващи ги изрази, директно указващи природата на изделията, които наричат – козметика за лична хигиена и за поддържане на кожата при хора и животни; препарати за почистване и пране. Ето защо терминологията, с която са

[5] https://nclpub.wipo.int/enfr/?basic_numbers=show&class_number=3&explanatory_notes=show&lang=en&menulang=en&mode=flat&notion=&pagination=no&version=20260101.

обяснени стоките на по-ранната марка, по несъмнен начин разкрива търговската натура на артикулите, които покрива – функция, форми на използване, целеви потребители, дистрибуционни канали. Следователно изведеното дава възможност да се направи обосновано заключение за идентичност на описаните конкретно изделия от клас 3 на МКСУ на атакуваната марка с означените общо стоки на марка с рег.№ 143713, които ги обхващат.

Процесните стоки от клас 5 на МКСУ на по-късната марка са сходни в ниска степен на стоките „препарати за унищожаване на вредни животни; фунгициди“ (по-ранната марка).

Стоките от клас 5 на МКСУ са фармацевтични, медицински или ветеринарни препарати, чиято главна ориентация е опазването на здравето на хората, животните и растенията. Според списъка на отказаните стоки в този клас те представляват изделия от областта на фармацията и ветеринарната медицина; хигиенни средства за медицински цели; диетични храни, вещества и добавки за лечение на хора и животни; дезинфектанти; билкови напитки и екстракти за фармацевтична употреба. Подобно на фармацевтичните и ветеринарните продукти, хранителните добавки, диетичните субстанции, напитките, дезинфектантите и санитарните препарати в клас 5 на МКСУ се реализират в сектора на медицината чрез преобладаващия сред основните им характеристики профил на средства за поддържане на здравето, за осигуряване на стерилност и за премахване или намаляване на нивото на болестотворните патогени в заобикалящата среда.

Препаратите за борба с вредители и фунгицидите (по-ранната марка) също са свързани със здравословното състояние на организмите, тъй като се използват при необходимост от отстраняване на причините за дадено заболяване.

От горното и от позицията на предназначението си отказаните стоки и противопоставените им „препарати за унищожаване на вредни животни; фунгициди“ (клас 5) могат да се приемат за сходни в ниска степен.

Направеният извод, противно на твърденията на заявителя, изцяло съответства на установената съдебна практика при сравнението на стоки от категорията на фармацевтичните и ветеринарните продукти и продуктите срещу вредители и фунгицидите. Съгласно решение на Съда на Европейския съюз по дело T-169/14 Koragel препаратите за унищожаване на вредители и фунгицидите представляват средства за премахване на насекоми, гризачи, плевели и гъбички, които оказват неблагоприятно въздействие и са рискови за хората и животните. Предвид признака си на вещества за ликвидиране на вредни организми те биха били подходящи за употреба както да защитят здравето на хората и животните, така и да подпомогнат ефекта от третирането с фармацевтични или ветеринарни изделия за лечение на дискомфорт или болести, пряко или косвено предизвикани от различни паразити.[6] Към допълването на обсъжданите стоки в процеса на потребление трябва да се добави и вероятността от съвпадане на местата за разпространение – най-често аптеки (например субстанциите за лечение на ухапвания от вредни насекоми и разнообразните видове репеленти за защита от инсекти, се предлагат в рамките на едни и същи търговски обекти, секции и рафтове).

Със съответствие в предназначението се обяснява и заключението за ниска степен на сходство между заявените стоки от групата на диетичните храни, напитките, веществата, екстрактите и добавките за хора и животни и фунгицидите, за които е регистриран по-ранният знак. Диетичните храни и добавки са вещества, съпътстващи обичайния хранителен режим, с лечебни и полезни за добрата кондиция и терапия на организма качества и свойства. Към тях се отнасят множество продукти, чиито състав и основни параметри ги определят като средства за справяне с набор от гъбични инфекции, особено по време и след приключване на основния курс на лечение на

[6] Виж в същия смисъл решение на Съда на Европейския съюз по дело T-48/06 astex TECHNOLOGY, § 40 – 45.

отделни заболявания при хора и животни (пробиотиците, маслото от риган и чаено дърво имат силно антимикробно действие, възстановяващо телесната микрофлора). Посоченото и обстоятелството, че някои фунгициди (предимно биологичните, изградени от естествени суровини, растителни екстракти, етерични масла, микроорганизми и бактерии) се употребяват в хуманната и ветеринарната медицина за унищожаване или спиране на микотичния растеж квалифицира обсъжданите продукти като такива със сходен механизъм на функциониране, с общи дистрибуционни канали, потребители и крайни търговски локации, които са насочени към задоволяването на близки по своя характер потребности.

По отношение на ниската степен на сходство между хигиенните средства и дезинфектантите (заявената марка) и фунгицидите (марка с рег.№ 143713) аналогичната им функционалност се дължи на развитието на сектора на продуктите за обеззаразяване, които, в съвременните условия на усложняване на многофакторната защита срещу влиянието на външната среда, разширяват сферата си на приложение и наред с бактериите и вирусите противодействат и на гъбичните образувания и спори по повърхности, предмети и кожа. Това, от своя страна, обратно на изложените с жалбата мотиви, предопределя сближаването на заявените и противопоставените стоки от гл.т. на релевантните потребители, методите на пазарна реализация и източника на търговското предложение.

При съобразяване на анализа на стоките на процесната и по-ранната марка, между заявените услуги за продажби на едро и дребно на фармацевтични, ветеринарни и козметични продукти (клас 35) и по-детайлно представените стоки от категорията на козметичните продукти (клас 3) и стоките от клас 5 на МКСУ „препарати за унищожаване на вредни животни; фунгициди“ на по-ранната марка се наблюдава сходство.

Отчитайки константната съдебна практика, услугите, директно ангажирани с пряката продажба на която и да е група изделия, са тясно свързани с тази група, тъй като тя и засегнатите от нея стоки осмислят съществуването на търговския обмен.[7] Наистина естеството, предназначението и начинът на пласмент на стоките и услугите нямат идентична същност. Те обаче се допълват, защото, както вече се посочи, са взаимозависими, осъществяват се едновременно, реализират се на едно и също място (магазини, хипермаркети) и са насочени към идентичен кръг потребители.

Що се отнася до възраженията на жалбоподателя за твърде широкото дефиниране на стоките от списъка на услугите от клас 35 на МКСУ на заявената марка, трябва да се отбележи, че посоченото има значение дотолкова, доколкото способства за извеждането на степента на сходството между тях.[8] Тъй като при сравнението на стоките от класове 3 и 5 на МКСУ бе формулиран извод за идентичност и ниска степен на сходство, то при съпоставянето на услугите за продажби на едро и дребно на козметични продукти (клас 35) на по-късната марка и всички стоки от клас 3 на марката на опонента може да се приеме, че има средна степен на сходство, а при заявените услуги за продажби на едро и дребно на фармацевтични и ветеринарни препарати и противопоставените стоки „препарати за унищожаване на вредни животни; фунгициди“ (клас 5) – ниска степен на сходство.

Заключението е, че между оспорените стоки и услуги от класове 3, 5 и 35 на МКСУ на атакуваната марка и стоките на по-ранната марка има идентичност и сходство, като по отношение на заявените услуги от клас 35 на МКСУ и противопоставените стоки

[7] Решения на Съда на Европейския съюз по дела T-116/06 O STORE, § 54; T-213/09 yorma's, § 39; T-549/10 natur, § 33; T-352/14 HAPPY TIME, § 26; T-282/12 fRee YOUR STYLe, § 37; T-365/14 TRECOLORE, § 34; T-715/13 Castello, § 29.

[8] Виж в същия смисъл „Насоки за проверка на марки на Европейския съюз, Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост, Част B Опозиция, Раздел 2 Двойна идентичност и вероятност за объркване, Глава 5 Приложение II Специфични отрасли, Услуги по продажба на дребно на стоки спрямо стоки“, 2026 г.

„препарати за унищожаване на вредни животни; фунгициди“ (клас 5) сходството е в ниска степен.

Сравнение на марките

Във връзка с вероятността за объркване, сравнението между марките включва преценка на фонетичното, визуалното и смисловото сходство, както и на отличителните и доминиращите елементи на знаците.[9]

Атакуваната марка е словна – тя изцяло се състои от думите Панацея/Panacea, изписани стандартно на кирилица и латиница, и числото 2001, също със стандартен шрифт.

По-ранната марка с рег.№ 143713 е комбинирана. Тя съдържа словните елементи Panacea/Панацея, на латиница и кирилица, абстрактна фигура с неправилен овален контур и цветове.

За отличителните елементи на марките – включените в заявената и по-ранната марка компоненти пряко не указват никоя от характеристиките на стоките и услугите от класове 3, 5 и 35 на МКСУ. Поради това те се извеждат като отличителни. Все пак във връзка със смисъла на словния елемент Panacea/Панацея, когато се употребява за фармацевтични и ветеринарни продукти, възможно е да се създаде известна представа за описателност (терминът „панацея“ е нарицателно за универсално средство за лечение на болести или проблеми), която обаче е повече метафорично, отколкото дословно схващане за термина като наименованието на реално съществуващ медикамент с подобни свойства.

Относно доминиращите елементи – тъй като заявената марка е словна, в състава ѝ няма доминиращи елементи. В по-ранния знак като графика доминират двата термина Panacea и Панацея, представени един под друг със значително по-голям в сравнение с образа над тях размер на символите.

Заявена марка	По-ранна марка
Панацея 2001 Panacea 2001	Panacea Панацея

Фонетично марките се произнасят като П-А-Н-А-Ц-Е-Я/Р-А-N-А-С-Е-А (Панацея/Пенъсиа; марка с вх.№ 146796) и Р-А-N-А-С-Е-А/П-А-Н-А-Ц-Е-Я (Пенъсиа/Панацея; марка с рег.№ 143713). При изговарянето на по-късния знак се добавят и цифрите 2, 0 и 1, които, с оглед на последователността си и удвоената 0, ще се озвучат като числото или годината 2001 (две хиляди и едно/две хиляди и първа). Ясно е, че сонорно марките съвпадат в звуците П-А-Н-А-Ц-Е-Я и Р-А-N-А-С-Е-А. Предвид допълнението 2001 (атакувания знак) и посоката на прочитане – от ляво на дясно, възможна е появата на нюанси в тоналността на фонетичната структура на марките. Обстоятелство, което при изказване на знаците, независимо от интонацията, интерпретацията на фонемите и ритъма на речта, ще ги обуслови като сходни във висока степен.

Визуално процесната и по-ранната марка са построени на базата на композиция, включваща две графични редици от групи от седем букви, ориентирани хоризонтално и

[9] 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“.

завършващи с четирите символа 2, 0, 0 и 1 (марка с вх.№ 146796) или вертикално (марка с рег. 143713). Въпреки че водещият в едната съвкупност компонент е с визия, която повтаря външния вид на серията в края на другия и обратно, всеки еквивалентен ред е с много близко стилистично оформление на силуета и място на съставляващите го графеми. Наред с казаното, по-осезаема разлика в графичния строеж на марките е налице по отношение на присъстващите в противопоставения знак цветове и абстрактна фигура, наподобяваща три листа на растение, образуващи заоблена, произволно променяща се крива, очертаваща аморфна форма в бледосини, зелени и оранжеви оттенъци. Оттук заявената и по-ранните марки се определят като такива със средна степен на визуално сходство.

При семантиката – думата Панацея на български език и аналогът ѝ на английски (лат.) Panacea е с гръцки произход. Буквално означава въображаемо лечебно средство, което лекува всички болести. Тази идея не се променя особено и при употребата на термина в преносен смисъл – нещо, което разрешава всякакви проблеми, преодолява всички затруднения и премахва разнородни по своя характер неблагополучия.[10] Заедно с понятието Панацея (Panacea) заявената и по-ранната марка съдържат числото 2001 (марка с вх.№ 146796) и абстрактно изображение на листа (марка с рег.№ 143713), които, макар и разпознаваеми като значение, не изменят посланието на словния елемент, даже го дообогатяват – фигурата на листа в по-ранния знак може да се възприеме като символ на растение (билка) за лечение на широк кръг неразположения. С оглед на посоченото атакуваният и по-ранният знак се дефинират като сходни във висока степен.

От сравнението заключението е, че между марките има висока степен на фонетично и смислово сходство и средна степен на визуално сходство.

Обща оценка на вероятността за объркване

Вероятността за объркване на релевантните потребители зависи от изпълнението на различни елементи, и по-специално, разпознаваемостта на по-ранната марка; връзката, която може да се направи с процесния знак; степента на сходство между марките и стоките или услугите им.

Вероятността за объркване се преценява общо въз основа на всички относими по случая фактори.[11]

При вероятността за объркване главна роля играе впечатлението, което марките създават у потребителите.[12]

Сравнението на процесната и по-ранната марка демонстрира застъпване в словния компонент Панацея/Panacea. Думата Панацея или Panacea, без необходимост от анализ, независимо дали е изписана на кирилица или на латиница, поради високата си честота на употреба в речта, спонтанно, при липсата на контекст, ще се възпроизведе чрез значението си на предмет, явление или лекарство с широк спектър на действие. Тази семантика определя марките като пресъздаващи замисъла за нещо ireално - което е повече фикция, отколкото пряка информация за действително наличните функции на продуктите, които означават. Затова общият за марките словен елемент, който е и единственият носител на заложената в тях концепция за универсално решение, не е указателен за стоките и услугите им, както твърди жалбоподателят. Така по-ранната марка се явява архетипа на метафоричното послание за всеобхватност, развито въз основа на комбинацията от цветове, понятието Panacea, дублирано на кирилица, и художествено изобразените растителни орнаменти в овал. Описаната идея за разностранност получава своята по-опростена интерпретация в процесния знак – инверсно представените думи Панацея и Panacea и числото 2001. Следователно, съпоставена с противопоставения знак, заявената марка ще се разпознае като негово

[10] https://ibl.bas.bg/rbe/lang/bg/%D0%9F%D0%90%D0%9D%D0%90%D0%A6%D0%95%D0%AF/.

[11] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-251/95 Sabèl, § 22.
[12] Решение на Съда на Европейския съюз по дело C-342/97 Lloyd Schuhfabrik, §25.

продължение и стилистична модификация от сложна в стандартна конфигурация на водещите и съпътстващите композиционни фрагменти.

Съгласно посоченото и при съобразяване на принципа за взаимовръзка между релевантните фактори, направения анализ води до заключение за вероятност за объркване на потребителите по отношение на произхода на обжалваните стоки и услуги от класове 3, 5 и 35 на МКСУ.

От изложеното от фактическа и правна страна и на основание чл. 75, ал. 12 от ЗМГО, председателят на Патентното ведомство

РЕШИ:

На основание чл. 75, ал. 10, т. 5 от ЗМГО ОСТАВЯ БЕЗ УВАЖЕНИЕ жалба с вх.№ 146796-[12]/19.08.2025 г. срещу решение от 24.06.2025 г. на състав по опозиции, в частта, с която опозиция вх.№ 70092666/13.04.2018 г. срещу регистрацията на марката е уважена частично и тя е отказана на основание чл. 57, ал. 9, т. 2 от ЗМГО за всички стоки и услуги от класове 3 и 35 на МКСУ и за стоките „фармацевтични и ветеринарни препарати; хигиенни препарати за медицински цели; диетични храни и вещества за медицински и ветеринарни цели, диетични добавки за хора и животни; дезинфектанти; лечебни билки; билкови лекарства; билков чай [лечебни напитки]; билков чай за медицинска употреба; билкови съставки за медицинска употреба; билкови чайове за лечебни цели; билкови напитки за медицинска употреба; лечебен чай; тинктури за медицински цели; тинктури за облекчаване на настинки; тинктури на облекчаване на простуда; тинктури за предотвратяване на настинки; тинктури за предотвратяване на простуда; тинктури за облекчаване на астма; тинктури за предотвратяване на инфекции на гърлото; растителни екстракти за фармацевтична употреба; екстракт от хмел за фармацевтични цели; лекарствени билкови екстракти за медицински цели; хранителни добавки; лечебни хранителни добавки; антиоксидантни хранителни добавки; диетични хранителни добавки; минерални хранителни добавки; ензимни хранителни добавки; хранителни добавки от прополис; диетични и хранителни добавки; хранителни добавки за животни; хранителни добавки от дрожди; хранителни добавки от пчелно млечице; антибиотични хранителни добавки за животни; хранителни добавки за медицински цели; хранителни добавки за диетични цели; минерални добавки към хранителни продукти; хранителни добавки и диетични препарати; хранителни добавки за диабетици [специално приготвени]; здравословни хранителни добавки, направени главно от витамини; здравословни хранителни добавки, направени главно от минерали; медицински добавки за хранителни вещества за животни; лечебни хранителни вещества за употреба като диетични добавки; здравословни хранителни добавки за хора със специални диетични нужди; дезинфектиращ сапун; медицински сапун“ (клас 5).

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