



Технически университет София

# ЗАКРИЛА НА МАРКИТЕ (част 2)

СФ, сп. „ИМ“

**Проф. д-р юр. инж. Стефан Стефанов**

**Зимен семестър 2022/23**

# **Национална регистрация на марка**

(Абсолютни и относителни основания за отказ на регистрация)

# Абсолютни и относителни основания за отказ на регистрацията

- абсолютни основания за отказ, свързани със самия знак (чл. 11 от ЗМГО)
- относителни основания за отказ, свързани с по-ранни права (чл. 12 от ЗМГО)

# Абсолютни основания за отказ на регистрация

## чл. 11 ЗМГО

### Основни принципи:

- знакът се анализира сам по себе си
- знакът се анализира във връзка със стоките/услугите, за които е предназначен

# Анализ на знака

- Наличие/липса на знак, графично представяне и отличителност
- смислово значение на словния елемент
- гербове, знамена, символи
- изображения на културни паметници

## Проверка на смисловото значение:

- в български тълковен речник и в речник на чуждите думи,
- в чуждоезикови речници,
- в технически и други специализирани справочници,
- в базата данни на СЗО за защитените наименования на активни съставки за лекарствените форми
- в базата данни за означения, защитени по силата на чл. 6ter на Парижката конвенция (герbove, знамена и други емблеми на държавите - членки на Съюза, както и на официални знаци за контрол и гаранция, приети от тях)
- в бази данни на съкращения, аббревиатури, наименования на международни междуправителствени организации
- в енциклопедии
- в интернет за навлизащи в употреба термини, които не са отразени в речници

## Чл. 11, ал. 1, т. 1 ЗМГО

*„Не се регистрира знак, който не е марка по смисъла на чл. 9, ал. 1 ЗМГО“*

- знак, който не е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други, и
- не може да бъде представен графично

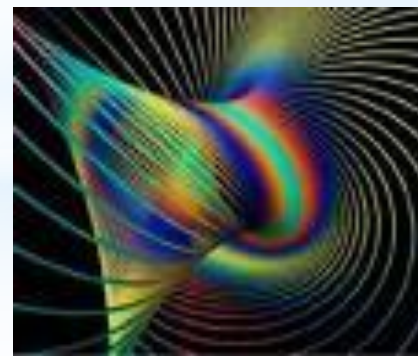


Не се регистрират :

- Обонятелни, вкусови и светлинни знаци



- холограми





## Чл. 11, ал. 1, т. 2 ЗМГО

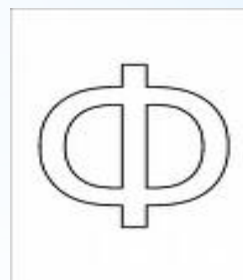
*„Не се регистрира марка, която няма отличителен характер“*

- *целофан за прозрачна хартия,*
- *нескафе, марка на Нестле за разтворимо кафе*

## Липса на отличителност:

- една буква или една цифра със стандартен шрифт

пример:     A, П, 8, 15



- математически или препинателен знак

пример:     ! , + %

?

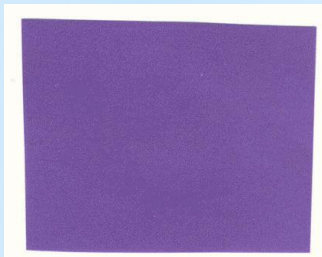
## Исклю́чения:

- оригинално графично представяне

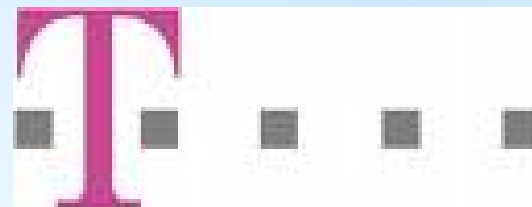


- не се регистрира един цвят без форма

пример:

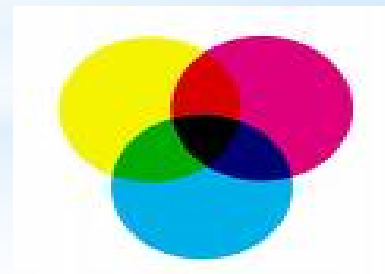
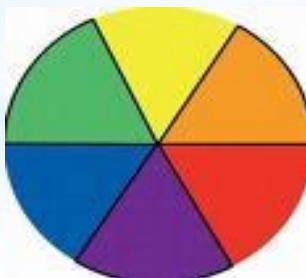


изключения:



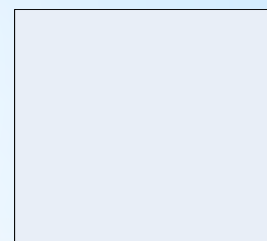
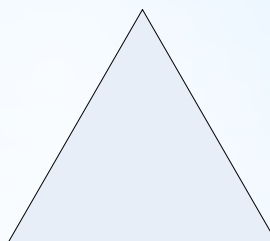
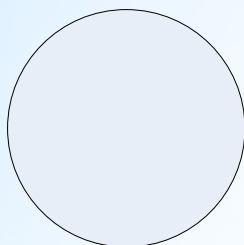
- комбинация от цветове може да се регистрира

пример:



- не се регистрират прости геометрични фигури или пространствени форми

пример:

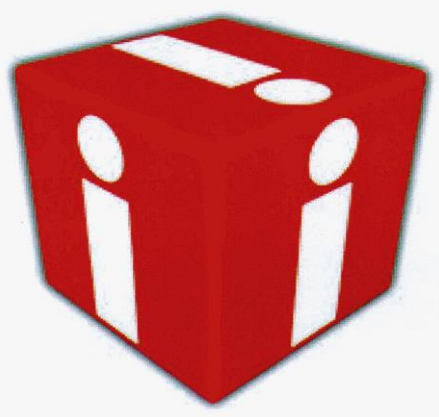
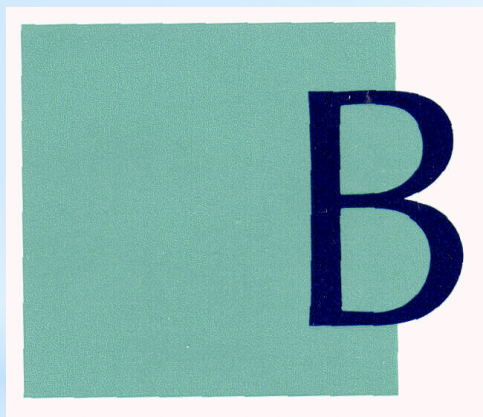


изключение:



- Комбинацията от неотличителни елементи може да има отличителен характер

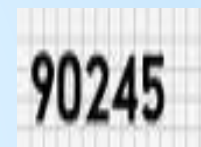
пример:





- труднопроизносими комбинации от букви или букви и цифри

пример: *НОПЕРЗМГ VKL26RT5*



- незапомнящи се комбинации от думи

пример:

*„Произведено, създадено, отгледано, направено, измислено, сготвено ....на, в, от село....с много любов”*

не се регистрира марка “SUANA PASITEA MORGANA CHORISIA PEZZIPPAZZI”,  
за всякакви стоки и/или услуги



## Чл. 11, ал. 1, т. 3 ЗМГО

*„Не се регистрира марка, която се състои изключително от знаци, означения, станали обичайни в говоримия език или установената търговска практика в Република България по отношение на заявените стоки / услуги“*

## Не се регистрира знак:

- ако се състои от елементи, които в резултат от повсеместна употреба се свързват с характеристика на стоката/услугата, а не с производителя

пример: *веро, целофан, MALL, клаксон, термос*

- стандартни и обичайни форми или опаковки

пример:



- триизмерен знак, представляващ формата на стоката или нейната опаковка

примери:



- съкращения -

пример: *TV, У, е- , @, Р*

- фигуративни елементи

пример:



## ■цветове, характерни за дадена стока / услуга

пример: синьо за минерални води



жълто за таксиметров превоз





## Чл. 11, ал. 1, т. 4 ЗМГО

*„Не се регистрира марка, която се състои изключително от знаци и означения, указващи вид, количество, качество, предназначение, стойност, географски произход, време, метод на производство, начин на предоставяне на услугите и други характеристики на стоките или услугите“*

## Основно правило при анализа по т. 4

Знакът се преценява във връзка със стоките или услугите, за които е предназначен

Аргументи за отказа на регистрация:

- не могат да изпълнят ролята на идентификатор, който да насочи потребителя към определен производител или търговец
- ще се придобие изключително право върху означения, които трябва да останат свободни за употреба

пример: *СЛАДКИ ПУКАНКИ* - за развлечения, спортна и културна дейност

*БАСТУНИТЕ* - за ресторантьорство

*H<sub>2</sub>O* - за дрехи



## Не се регистрира, ако:

- знакът е описателен или едно от всички му значения е описателно

пример: **mall** (алея в парка, търговски център)

**watch** (часовник, стража, караул)

**tattoo** (вечерна заря, татуировка)

- термин

пример:

**hosting** (от host - домакин, стопанин)

**xylitol** anti corrosion

Не се регистрира, ако е:

- лекарствена субстанция, защитена от СЗО

пример: *levonorgestrel*

*paracetamol*

*emricasan*

- описателно словосъчетание дори към момента да не е използвано от друго лице

пример: *Teach Yourself Yoga* (самоучител по йога)

*френски за напреднали*

*100 рецепти за микровълнова фурна*

*(всички за кл. 16 - печатни произведения)*

Не се регистрира, ако знакът е:

- комбинация от описателни елементи

пример: *dentist 24h*

*Еко Хранителни стоки*

*nonstopcinema*

- неправилно изписан чрез умишлена грешка, изпусната буква, разменени места на съседни букви, замяна на буква със знак и т.н.

пример:

*ракуа, CarWash, xtra, newcar*

Не се регистрира, ако:

- в превод думата е описателна

пример:

*water* , *fruttymilk* (клас 32 - безалкохолни)  
*roses* (клас 3 - козметика)

- изписан на латиница фонетичен еквивалент на описателна дума

пример:

*parket* ( за паркет), *ogradi* ( за огради)  
*zastrahovane* ( за клас 36 - застраховки)

- **марка за количество или определение за качество, съотнесимо към съответните стоки / услуги**

пример: *леки* (за цигари)

*large* (за дрехи)

*стек* (за цигари)

*2* литра

*биопродукт*

*XS* (за дрехи)

*5 звезди* (за хотели)

Не се регистрира, ако знакът е:

- желателна или привлекателна характеристика

пример:

*extra, superior, prima, premium, cheapest,  
top prices*



- аббревиатура, която се възприема еднозначно

пример:

*BuK, IT, PC* – за компютри, *GSM, TIR*

Не се регистрира, ако знакът е:

- означение, указващо географски произход

пример:

*Любимец*

*Кюстендил*

*Китай*

*Италия*



Не се регистрира, ако знакът е:

- описателни домейн имена

пример: *books.com, parket.bg, transport.bg*

- време или метод на производство

пример: *hand made, реколта 1886,  
двойно рафинирано  
безпрашно*

- начин на предоставяне на услугите

пример:

*nonstop, 0-24, e-learning*



## Регистрират се,

- ако описателните елементи са представени по оригинален или двусмислен начин

пример: *МЕСОпотамия*

*тапетиЯ*

*офисиТЕ всичко за вас и вашия бизнес*  
*o-zone*

*водичка и за мен*

*домашно чудо*

*пия си кафето*

*шоколад с атмосфера*

*ние ви об(л)ичаме (за клас 25)*

*нещо против грипа*



## Регистрират се,

- ако съдържат и отличителен елемент

(дума, буква, цифра, образ)

пример: *Nokia - connecting people*  
*вафла Боровец*  
*шоколадов крем Индиана*  
*Dr Fresh*  
*taxi 91253*



## Регистрират се,

- ако са насочващи ( асоциативни) думи ( изрази), без директно указване

пример: *Pharma Expert*

*porcelanosa*

*Любов, обвита в шоколад* (за шоколад)

*Bravo*

*OutDoor adventure* (развлечения)

*Ice company* (за лед)

*Салатея* (за олио)

*Мис Меден свят* (за сладкарски изделия)

## Регистрира се,

- стилизирано изображение, което насочва към стоките

пример:



- географски наименования, които не биха могли да се възприемат като място на производството на стоките

пример:

*Ерма, Въча, Мургаш, Калиакра*  
*North Pole, Pacific Ocean, Титикака*  
*Гоби, Атлантида*



## Регистрира се,

- географски наименования, които не указват точно и еднозначно конкретно място

пример:

*Лозенец, Извор, Югозападна България  
Тракийска низина, Добруджа*

- антични географски наименования

пример:

*Филипополис, Анхиало, Севтополис  
Нубия, Персия*

## Регистрира се,

- комбинация от два езика

пример:

*pretty чанти*

*локум spezialitäten*

- комбиниране на описателен елемент с определение, което не е присъщо за съответния вид стоки

пример: *звездни сладки*

*пияни вишни*

*най-горещите сладоледи*



## Чл. 11, ал. 1, т. 5 ЗМГО

*„Не се регистрира знак, който се състои от формата, произтичаща от естеството на самата стока“*

пример:



- формата на стоката, необходима за постигане на технически резултат

пример:



- формата, която придава изключителна стойност на стоката

пример:



## Чл. 11, ал. 1, т. 6 ЗМГО

*„Не се регистрира марка, която противоречи на общественения ред или на добрите нрави“*

■ обиди към личността

примери:

*нецензурни думи и изрази*

*обиди на религиозна, верска, етническа*

*или сексуална основа*

*расистки лозунги*

*свастики, неприлични знаци*

- имена на известни личности

пример: *Маестро Захари Медникаров*  
*Бьорн Борг Майка Тереза*

- несъответствие между юридическата форма, посочена в марката, и заявителя

пример: *Кънчо Петров - Асоциация .....*,  
*Тотка Маркова - Национално сдружение...*

- Но всяко лице, може да регистрира своето име като марка

например:

*Путинка* (за водка)

*Емил Димитров* -марка, регистрирана от неговия син

*Невена Коканова*, марка, регистрирана от нейната дъщеря



Не се регистрират знаци:

- нарушаващи добросъвестната търговска практика

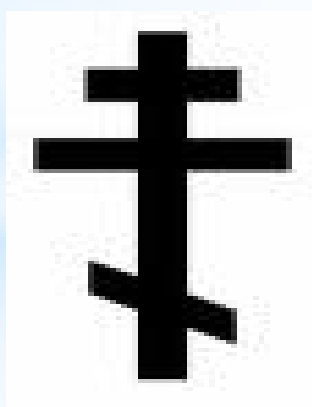
пример:

*Произведено от Меркурий - всичко друго е компромис*

*Ризи Горгана - единственото добро качество*

- религиозни символи

пример:



## Чл. 11, ал. 1, т. 7 ЗМГО

***„Не се регистрира марка, която може да въведе в заблуждение потребителите относно естеството, качеството, географския произход на стоките/услугите“***

пример:

***БГ марка - Париж***

***Карловска луканка - с производител от гр. Бургас***

## Основни принципи при преценката:

- *заявителят да е добросъвестен*
- *потребителят да е добре информиран и внимателен при избора си*
- *потребителят трябва да бъде предпазен от очевидно противоречие между стоката или услугата, която му се предлага, и знака, с който те са означени*

Заблуда може да възникне, когато:

- *знакът съдържа конкретно указание за характеристика, която е присъща на този вид стока, но стоката не я притежава*

пример:

*жълт кантарион* (за плодов чай)

*българска ябълка* (за месни консерви)

*choco milk* (за плодово мляко)

*изображение на слънчоглед* (за масло)

*изображение на крава* (за маргарин)

- знакът асоциативно внушава определени характеристики, които не са налице

пример: *ягодов каприз*

*vanilla romance*

*шоколадово щастие*

*златна кокошка*



- географско наименование, което е привлекателно във връзка с конкретните стоки/услуги, без те да имат съответния произход

пример: *milano cosmetics* (за парфюмерия)

*английска мода* (за дрехи)

*auto Italia* (за коли)



## Заблуда не може да възникне, когато:

- смисълът на думата не може да бъде свързан със стоката нито като указание, нито като заблуда  
пример: *нафта* (за алкохолни напитки)

*apple* (за компютри)

*брюкселска дантела* (за торти)

*whitechocolate* (за телефони)

*pure poison* (за парфюми)

- знакът не се възприема еднозначно

пример: *дарове от изток*

*среднощна ривиера*

*балканска скара*

*дар от житницата*

- географско означение, където не биха могли да се произвеждат заявените стоки или каквито и да било стоки

пример:

*Еверест, Mont Blanc, Сахара,  
Северен ледовит океан, Лох Нес*

- географското наименование е включено във фантазийно словосъчетание

пример:

*Хавайска ласка  
Търновска царица*

- формата е необичайна за стоката

пример:

вино



парфюми



## Чл. 11, ал. 1, т. 8 ЗМГО + съгласие от компетентен орган

*„Не се регистрира марка, която се състои от или включва гербове, знамена или други символи, пълни или съкратени официални наименования, както и техни имитации, на държави или на международни междуправителствени организации“*



- прилага се както при пълното възпроизвеждане, така и при имитация на целия или на част от защитения знак

пример:



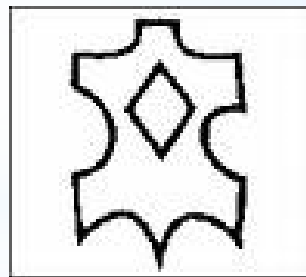
- прилага се независимо от стоките / услугите



## Чл. 11, ал. 1, т. 9 ЗМГО + съгласие

*„Не се регистрира марка, която се състои от или включва официални знаци и клейма за контрол и гаранция, когато те са предназначени за означаване на идентични стоки“*

пример:





## Чл. 11, ал. 1, т. 11 ЗМГО + съгласие

*„Не се регистрира марка, която се състои от или включва наименованието или изображението на исторически или културни паметници на Република България, определени от Министерството на културата“*



- прилага се както за изображението, така и за името на паметника

пример: *Рилски манастир*

*Мадарски конник*

*Царевец*

*Етъра*

- прилага се независимо от стоките / услугите

## Относителни основания за отказ на регистрация (чл. 12 ЗМГО)

Не се регистрира марка, която:

- е идентична на по-ранна марка, когато стоките или услугите на заявената и на по-ранната марка са идентични;
- поради нейната идентичност или сходство с по-ранна марка и идентичността или сходството на стоките или услугите на двете марки съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранната марка;
- се състои от регистрирано географско означение или негови производни.

*(Въз основа на тях може да се направи възражение)*

## По-ранни марки:

- **регистрирана марка** с по-ранна дата на подаване
- **заявена марка** с по-ранна дата на подаване на заявката, съответно по-ранен приоритет, ако бъде регистрирана
- **марка, която е общоизвестна** или ползваща се с известност на територията на Република България към датата на подаване на заявката, съответно към датата на приоритета
- **марка на ЕС** с по-ранна дата на заявяване, съответно по-ранен приоритет

## Проучвани бази данни:

- марки, регистрирани по национален ред
- марки, регистрирани по реда на Мадридската спогодба и Протокола от Мадрид
- марки на ЕС
- регистрирани географски означения и наименования за произход
- регистър на марките, признати за общоизвестни или ползващи се с известност на територията на Република България

## Основни принципи на сравнителния анализ

- наличие на сходство между знаците
- наличие на сходство между стоки/услуги
- вероятност за объркване, включваща възможност за свързване на марките



## Практически подход:

- анализира се сходството на марките, а не разликите,
- анализират се знаците така, както са регистрирани, респ. заявени
- анализират се само стоките или услугите, които са посочени
- колкото по-голямо е сходство на знаците, толкова по-малко трябва да е сходство на стоките/услугите

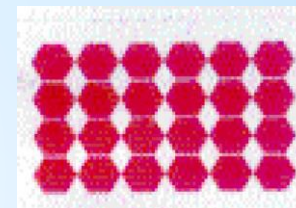
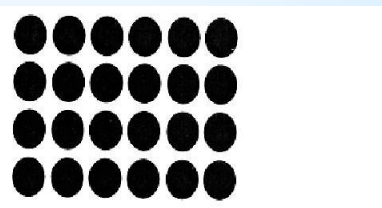
## Видове сходство в зависимост от вида на марките:

- словни марки
  - *фонетично*
  - *смислово*
  - *визуално*
- фигуративни марки
  - *визуално сходство*
- комбинирани марки
  - *визуално сходство*
  - *при наличие на защитим словен елемент (както при словните марки)*

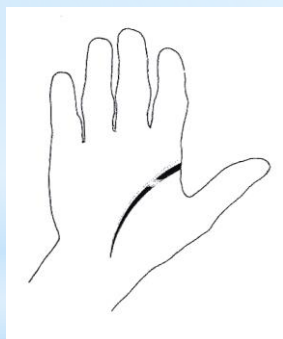
# Сравняване на фигуративни марки

пример:

объркващо сходство



няма **объркващо сходство**



## Сравняване на комбинирани марки

*Преценява се цялостно въздействие на знака, като се отчитат доминиращи елементи (охраняеми, неохраняеми)*

пример:

объркващо сходство





НЯМА **объркващо сходство**



- сходен доминиращ елемент

пример:

объркващо сходство

aro



няма **объркващо сходство**





## Права и задължения на маркопритежателя

- Правата на маркопритежателя са да я **използва**, да се **разпорежда** с нея и да **забрани** на трети лица да я използват в търговската си дейност;
- Задължения - да я **използва в продължение на 5** последователни години - в противен случай основание за отмяна и
- **Да я пази от загубата на отличителност**