

 *
ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**Национална регистрация на
марката
посл. изм. 2010 г.**

**Абсолютни и относителни основания за отказ на
регистрацията**

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

**Общи принципи при експертизата
по същество**
(чл. 11 и чл. 12 ЗМГО):

- * марката се разглежда в цялост
- * марката се разглежда така, както е заявена
- * преценка за наличие / липса на доминиращ/и елемент/и
- * марката се анализира във връзка със заявените стоки / услуги

**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 да е представен и неговата 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 бази данни на съкращения, абривиатури, наименования на международни междуправителствени организации

- * в базата данни на СЗО за защитените наименования на активни съставки за лекарствени форми
- * базата данни за означения, защитени по силата на чл. 6ter на Парижката конвенция
- * в енциклопедии
- * в интернет за навлизащи в употреба термини, които не са отразени в речниците

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

Регистрират се:

* СЛОВНИ марки

пример: *sagyu juice* варненско ляло
Салон за красота Маги 22

* ФИГУРАТИВНИ марки

пример



* КОМБИНИРАНИ марки

пример:

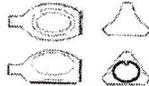
Orbinet



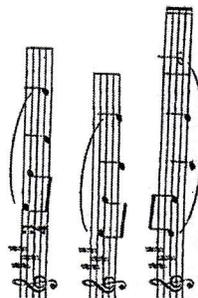
VILLA SANDI

* ТРИИЗМЕРНИ марки

пример:



* ЗВУКОВИ



Не се регистрират :

* ХОЛОГРАМИ

пример:



Чл. 11, ал. 1, т. 2 ЗМГО

Не се регистрира марка, която няма
отличителен характер --
целуфан за прозрачна хартия

Нескафе, марка на нестле за разтворимо
кафе

Липса на отличителност:

* една буква или една цифра със стандартен шрифт

пример: А, П, Я, 15

А W Ф

* Математически или препинателен знак

пример: !, +, %

?

© Изключения:

* оригинално графично представяне

А 8 М ?

м

* не се регистрира един цвят

пример:

© комбинация от цветовете може да се регистрира

пример:

* не се регистрират прости геометрични фигури или пространствени форми

пример:

© Комбинацията от неотличителни елементи може да има отличителен характер

пример:

* труднопроизносими комбинации от букви или букви и цифри

пример: **НОПЕРЗМГ** **VKL26RT5** **90245**

* незапомнящи се комбинации от думи

пример:

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

Indesit - Le idee semplice durano a lungo
 Indesit - Les idées simples durent plus longtemps
 Indesit - Gute Ideen halten länger
 Indesit - Las ideas sencillas son las que más duran
 Indesit - As ideias simples duram mais
 Indesit - Duurzaam door eenvoud
 Indesit - Simple ideas last longer
 ИНДЕЗИТ-ПРОСЛУЖИТ ДЪЛГО

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:

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

пример: *веро, целофан, MALL, XEROX*

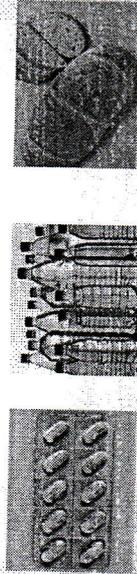
* стандартни и обичайни форми или опаковки

пример:



* триизмерен знак, представляващ формата на стоката или нейната опаковка

пример:



* съкращения -

пример: *TV, У, е-, @, P*

* фигуративни елементи

пример:



* цветове, характерни за дадена стока / услуга

пример: *синьо за минерални води*



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 предназначаен

пример:

СЛАДКИ ЛУКАНКИ - развлечения, спортна и културна дейност
БАСТУНИТЕ - за ресторантьорство

H₂O - за дрехи

Мотивация на 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

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: *credum* *air-seal*

hosting (от *host* - домакин,

стопанин)

xylytol *anti*

salvaguardia

* лекарствена субстанция, защитена от СЗО

пример: *levonorgestrel*
paracetamol
etrigasan

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

пример: *самоучител по йога - за кл. 16*

френски за напреднали

100 рецепти за микровълнова

фурна

* комбинация от описателни елементи

пример: *dentist 24h*
Еко Хранителни стоки
nonstopineta

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

пример:

ракия, CarWash, xtra, newcar

* в превод думата е описателна

пример: *water, fruitymilk (клас 32)*
roses (клас 3)

* изписан на латиница фонетичен еквивалент на описателна дума

пример: *parket (за паркет), ogradi (за огради)*
zastahovane (за клас 36)

* мярка за количество или определение за качество, съотносимо към съответните стоки / УСЛУГИ

пример: *леки (за цигари)*
large (за дрехи)
стек (за цигари)
2 литра
биопродукт
XS (за дрехи)
5 звезди (за хотели)

* желателна или привлекателна характеристика

пример:

extra, superior primo premium, cheapest, top prices



* аббревиатура, която се възприема еднозначно

пример:

ViK, IT, PC - за компютри, GSM, TIR

* означение, указващо географски произход

пример:

*Любимец
Своге
Кюстендил
Китай
Италия*

* 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-learn*



☺ Регистрира се,
* ако описателните елементи са представени по

оригинален или двусмислен начин

пример: *МЕСОпотамия
тапетия
офиси ТЕ Всичко за вас и вашя
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 грџа



* АКО СЪДЪРЖАТ И ОТЛИЧИТЕЛЕН ЕЛЕМЕНТ
(дума, буква, цифра, образ)

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



* АКО СА НАСОЧВАЩИ (асоциативни) ДУМИ (изрази), БЕЗ ДИРЕКТНО УКАЗВАНЕ

пример: **Pharma Expert**
roscelaposa
Любов, обвита в шоколад (за шоколад)
Bravo
OutDoor adventure (развлечение)
Ice contrapy (за лед)
Салатей (за олио)
Мис Меден свят (за сладкарски изделия)

* 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

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

пример:
Лозенец, Извор, Югозападна България

* антични географски наименования

пример:
Филлополис, Анхиало, Севтополис Нубия, Персия

* комбинация от два езика

пример:
pretty чанти
локум spezialitäten

* комбиниране на описателен елемент с определение, което не е пристъщо 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

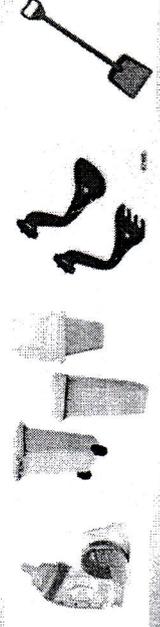
* формата, произтичаща от естеството на самата стока

пример:



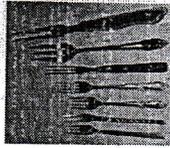
* формата на стоката, необходима за постигане на технически резултат

пример:



* Формата, която придава изключителна стойност на стоката

пример:



* 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...

Чл. 11, ал. 1, т. 6 ЗМГО

Не се регистрира марка, която противоречи на

обществения ред или на добрите нрави

* ОБИДИ КЪМ ЛИЧНОСТТА

пример:

нецензурни думи и изрази
обиди на религиозна, верска, етническа
или сексуална основа
расистки лозунги
свастики, неприлични знаци

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

Напр. путинка за водка

* Емил Димитров - марка, регистрирана от неговия син

* Невена Коканова, марка, регистрирана от нейната дъщеря

* Нарушаващи добросъвестната търговска практика

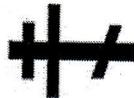
пример:

Произведено от Меркурий -
всичко друго е компромис

Ризи Горгана - единственото добро
качество

* РЕЛИГИОЗ

пример:



ЛИ



Основни принципи при преценката:

- заявителят е добросъвестен
- потребителят 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 са означени

Чл. 11, ал. 1, т. 7 ЗМГО

Не се регистрира марка, която може да въведе в заблуждение потребителите относно - напр. БГ марка - Париж

* естеството

* качеството

* географския произход на стоките / услугите

(Карловска луканка - с производител от гр. Бургас)

Заблуда може да възникне, когато:

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

пример: жълт кантарион (за плодов чай)
българска ябълка (за месни консерви)
сосо milk (за плодово мляко)

* 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 са от там

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)

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 произведат заявените стоки или каквито и да било стоки

пример:

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

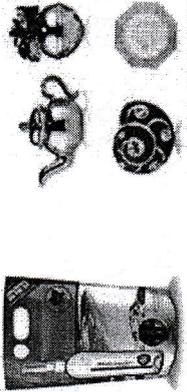
* географското наименование е включено във фантазийно словосъчетание

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 организации



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

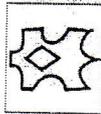
пример:



* прилагата се независимо от стоките / услугите

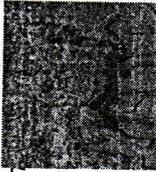
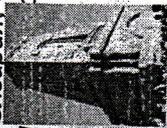
**Чл. 11, ал. 1, т. 9 ЗМГО +
съгласие**

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



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

Не се регистрира марка, която се състои от или включва наименованието или изобразението на исторически или културни паметници на Република България, определени от Министерството на



* 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) - ВЪЗ ОСНОВА НА
ТАХ МОЖЕ ДА СЕ НАПРАВИ ВЪЗРАЖЕНИЕ**

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

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 общизвестна или ползваща се с известност на територията на Република България към датата на подаване на заявката, съответно към датата на приоритета
- * марка на Общността 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 към нея
- * марки на ЕО

* 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
- * анализира се знаците така, както са регистрирани, респ. заявени
- * анализира 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

Анализ на стоките/услугите

- * естество
- * честота на потреблението им
- * потребителски кръг
- * стойност
- * пазарна реализация

Видове сходство в зависимост от вида на марките:

- * **словни марки**
 - фонетично
 - смислово
 - визуално

- * **фигуративни марки**
 - визуално сходство

- * **комбинирани**
 - визуално сходство
 - при наличие на защитим словен елемент(като при словните марки)

Сравняване на словни марки

A. Фонетично сходство (определящо):

1. съпадащи буквите и последователност на разположението им

объркващо сходство trax - TRAIX- TraXX
digitex - digiteh aifana - allian

ivonne - uovonne maxton - max-tone
Имитации на известни марки - Panasonic - Panasonic

Cola cola - Coca cola FanFa -Fanta

няма объркващо сходство

sound IT - soundite топ апи - minami
пловер - оловер

2. еднакво начало

пример

объркващо сходство

exellarin - exelline
bosh - boshi
КЕНСУН - КЕНСОЛ

няма объркващо сходство

viva - sviva
adis - radisa
sbago - charro

3. мелодика и ритмика при произнасянето

пример:

объркващо сходство *експерт - expert*

comfortis - comfortex еделком - елтелком

няма объркващо сходство

master - angro master

plaster

aqua-a-serie - aqua-

solution

4. присъствие на описателен елемент

пример:

Б. Смесово сходство

пример:

объркващо сходство

sasadu - sasadu for you
evergreen palace - evergreen hotel

4 me - for me

направи сам - *направи си сам*

ta-to - tattoo

m-tel relax - vega relax

solugar - лума

Чамкория - Боровец

гурме - гурме с Андре

omega - omela

5. език, на който са марките

пример:

объркващо сходство

xtaz - екстаз

crystal - кристален

spectar - спектър

няма объркващо сходство

Dundee precious - дънди

halley - холи

goodies - гудис

colosseum - колизеум

В. Визуално сходство

1. Дължина на думите и брой на сричките

пример

объркващо сходство *inomed - imtomed*

colorpresent - colorpresand

няма объркващо сходство

АБХ - ARX

техно -

техномикс

2. графично представяне на звуците в различните езици

пример:

объркващо сходство
кирилица,

ессо (ессо -

латиница)

екко -

няма объркващо сходство
pet.bg

ret.bg -

Robe

гардероб - Garde

Сравняване на фигуративни марки

пример:

объркващо сходство



няма объркващо сходство



Сравняване на комбинирани марки

Преценява се цялостно въздействие на знака, като се отчитат:

- * доминирани елементи
- охраняеми
- неохраняеми

пример:

объркващо сходство



няма объркващо сходство

Amari[®]

CIRRO DANCE

Kinder Pingu

PINGU

* сходен доминиращ елемент

пример:

объркващо сходство

няма объркващо сходство

aro

aro

a

* сходен словен елемент

пример:

объркващо сходство

няма объркващо сходство

ATEK

ATEK

Colosso

Colosso

CHOCOLATE HOUSE

* сходен фигуративен елемент

пример:

объркващо сходство

НЯМА объркващо сходство

Pasticcio

Pasticcio

RS

* **преообладаващ неохраняем елемент**
пример

объркващо сходство



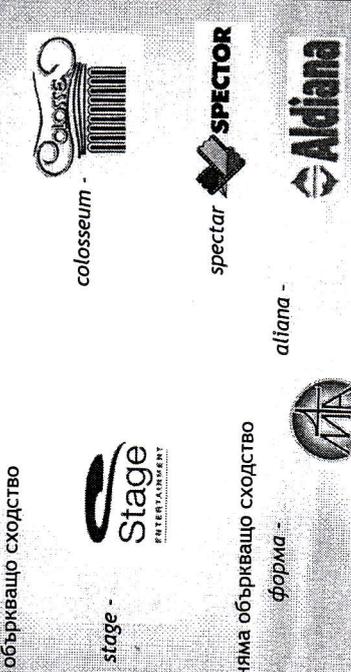
НЯМА обЪРКВАЩО СХОДСТВО



* **Чл. 12, ал. 1, т. 3 ЗМГО**
Не се регистрира марка, която се състои от регистрирано географско означение или негови производни

Сравняване на словна с комбинирана марка

пример:
объркващо сходство



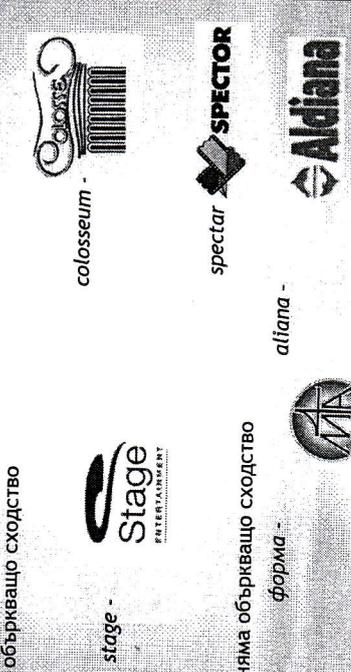
stage -
Stage INTERNATIONAL B.V.

colosseum -
colosseum

НЯМА обЪРКВАЩО СХОДСТВО
форма -

spectar
SPECTOR

aldiana -
aldiana



Условия за регистрация на марки с включено географско означение:
* заявителят да е вписан ползвател
* заявителят да декларира отказ от изключително право над словния елемент

пример

не се регистрира сеновски каолин
мискет от Сунгурларе
гъмза от Павликени
Преславски димят

може да се регистрира



*Чл. 12, ал. 2, т. 3 ЗМГО

Не се регистрира марка, която е общоизвестна на територията на Република България към датата на подаване на заявка за марка - U 2

Общоизвестна марка:

- не е регистрирана за територията на Република България
- закрилата е за идентични или сходни стоки/услуги

*Чл. 12, ал. 3 ЗМГО

Не се регистрира марка, която е идентична или сходна на по-ранна марка и е предназначена за стоки и услуги, които не са идентични или сходни на тези, за които по-ранната марка, когато по-ранната марка се ползва с известност на територията на Р България и използването без основание на заявената марка би довело до несправедливо облагодетелстване от отличителния характер или известността на по-ранната марка или би го увредило.

* марка, ползваща се с известност:

- регистрирана марка
- закрилата е за стоки и услуги, различни от тези, за които е регистрирана

- * Подаване на заявката по образец
- * Дата на подаване на заявката
- * Формална експертиза
- * Експертиза за абсолютните основания
- * Публикация в официалния бюлетин
- * Възражение по чл.11 от ЗМГО

*** Производство - фази**

- * Опозиция срещу регистрацията - незадължителен етап
- * Регистрация + публикация + свидетелство за регистрация
- * Отказите - АССГ / ВАС

- * 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 - основание за отмяна
- * Да я пази от загубата на отличителност

*** Права за
маркопритежателя**