

Протокол

№

гр. София, 11.04.2022 г.

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 25 състав,
в публично заседание на 11.04.2022 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Боряна Петкова

при участието на секретаря Мая Миланова, като разгледа дело номер **12613** по описа за **2021** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

След спазване на разпоредбите на чл. 142, ал. 1 ГПК, във връзка с чл. 144 от АПК, на именното повикване в 11,35 часа се явиха:

ЖАЛБОПОДАТЕЛЯТ „Д. - БГ“ - редовно уведомен за днешното съдебно заседание на посочения в жалбата съдебен адрес - представлява се от адв. Г., с пълномощно по делото.

ОТВЕТНИКЪТ председател на Патентно ведомство на Република България - редовно уведомен за днешното съдебно заседание - представлява се от юрк. Г., с пълномощно по делото.

ЗАИНТЕРЕСОВАНАТА СТРАНА F. P. L. чрез представител по индустриална собственост IP Consulting – представлява се от адв. А., с пълномощно от днес.

СТРАНИТЕ (поотделно): Да се даде ход на делото.

СЪДЪТ намира, че не са налице процесуални пречки за даване ход на делото и

О П Р Е Д Е Л И:
ДАВА ХОД НА ДЕЛОТО

ДОКЛАДВА жалбата срещу РЕШЕНИЕ № РС-299-(1)/13.10.2021г. на председателя на ПВ.

ДОКЛАДВА административната преписка, постъпила с придружително от административния орган писмо, вх. № 44431/20.12.2021 г.

ДОКЛАДВА молба от процесуалния представител на жалбоподателя, вх. № 2149/21.01.2022 г.

АДВ. Г.: Поддържам жалбата. На този етап нямаме други доказателствени искания.

ЮРК. Г.: Оспорвам жалбата. Моля да се приеме административната преписка, която е в цялост. Нямам други доказателствени искания.

АДВ. А.: Оспорвам жалбата. Представям удостоверение за регистрация на заинтересованото лице. Моля да ни бъде връчена жалбата, тъй като не беше сторено до момента и да ни се даде възможност за становище по нея. Представям молба. Запознахме се с експертизата и няма да възразяваме.

СЪДЪТ ВРЪЧИ екземпляр от жалбата на процесуалния представител на заинтересованата страна.

СЪДЪТ

О П Р Е Д Е Л И:

ПРИЕМА под опис административната преписка, представена от ответника със съпроводителното му писмо от 20.12.2021 г.

ДАВА ВЪЗМОЖНОСТ на заинтересованата страна да се запознае с жалбата, да вземе становище по нея и евентуално да ангажира доказателства, във връзка с изложеното в нея в 7-дневен срок от днес.

ДОКЛАДВА заключение на съдебно-маркова експертиза, постъпило на 29.03.2022 г., в срока по чл. 199 ГПК

СТРАНИТЕ (поотделно): Не възразяваме да се изслуша заключението на вещото лице в днешното съдебно заседание.

СНЕМА самоличността на вещото лице:

М. А. М. – 55 год., неосъждана, без дела и родство.

Вещото лице, предупредено за наказателната отговорност по чл. 291, ал. 1 НК, обеща да даде вярно и безпристрастно мнение.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: Представила съм писмено заключение в срок, което поддържам.

АДВ. Г.: Каква методика е следвана при съставяне на експертно заключение? Ползвани ли са Методическите указания на ПВ по чл. 12 ЗМГО, съответните насоки, както се наричат методическите указания в Службата на ЕС по интелектуална собственост, относно вероятността от объркване и направена ли е проверка на практиката на Общия съд по тези въпроси, съответно и на българските съдилища?

ВЕЩО ЛИЦЕ: На стр. 2 от заключението съм посочила информационните източници, сред които присъстват посочените от адв. Г.. На стр. 6 съм посочила основните методически положения, които имам предвид, в т.ч. основните методически указания на Патентно ведомство.

СЪДЪТ УКАЗВА на адв. Г., че не следва да задава въпроси, на които е отговорено в експертизата, а такива, на които няма отговор или не са изяснени в заключението.

АДВ. Г.: По сравнителния анализ от визуална гледна точка. Следва ли при преценката за визуално сходство между комбинирана и словна марка освен въздействието на словния елемент в състава на комбинирана марка, да се вземе предвид впечатлението, което комбинираната марка създава в потребителите в цялост? Преформулирам въпроса: в сравнителния анализ между комбинирана марка със словен елемент и словна марка, взехте ли предвид комбинираната марка в цялост и впечатлението, което комбинираната марка, гледана в цялост, създава у потребителя, когато я

сравнявате със словната марка?

ВЕЩО ЛИЦЕ: На така формулирания въпрос има препратка към отговора на въпрос 1 – стр. 7 – 8 от заключението. Потвърждавам, че съм анализирала комбинираната марка в нейната комплексност. Посочено е словен, графичен елемент, композиция, цветове и т. н. В по-нататъшното изложение и разгръщане на комплексния анализ съм посочила защо акцентът и в комбинираната марка при сравнителния анализ поставям върху словния елемент.

АДВ. Г.: Какво е значението на характерната цветова марка, която присъства в по-ранната комбинирана марка - синьо, бяло, червено използван шрифт, елементът на стилизация - описаната в експертизата форма на капчица, относно отличителния характер на по-ранната марка?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Въпросът изисква квантифицирана оценка, за която няма методика. Специфичното изискване – елементът капка гел, който въвеждам в заключението си и не го видях в експертиза на ПВ, отчитам значението ѝ, което не пречи да потвърдя извода.

АДВ. Г.: От заключението на стр. 7 - в таблицата, вдясно, сочите, че сравнението на словния елемент на оспорената марка на латиница води до извод за висока степен на сходство с по-късната заявка, взехте ли предвид че процесната заявка освен на латиница, се използва и на кирилица, както и че словният елемент на кирилица предхожда този на латиница?

ВЕЩО ЛИЦЕ: По отношение на този въпрос на стр. 8, втори пасаж е изяснено мнението ми по този въпрос. Там се занимавам с този въпрос – с фонетиката, значението и това, че по-късно заявената национална марка, изписан елемент на кирилица и на латиница, семантиката, с която търсим или респ. асоциираме.

АДВ. Г.: Във връзка с установената висока степен на сходство от визуална страна, взехте ли предвид че процесната заявка се състои от два словни елемента - един на кирилица и един на латиница и този на кирилица предхожда онзи на латиница?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Да взела съм го предвид – второ изречение, втори пасаж.

АДВ. Г.: Защо, независимо че се изписва и на кирилица, и на латиница. Моля да мотивирате.

ВЕЩО ЛИЦЕ: Вниманието на възприемащия знака – експерт, потребител, или краен потребител – физическо лице, в комбинираната марка, независимо от цветовите решения, графични решения, изобразителен елемент, който оприличаваме с гел и капка гел, която изтича, с цялата композиция на марката, при присъствието на ясен словен елемент, изписан с големи букви, заемащ 2/3 от композицията на марката, е насочена към словния елемент. Затова във фокуса на вниманието в сравнението е словният елемент на комбинираната марка с другата марка, която има само словен елемент, и в анализа на двата словни елемента – европейската марка, която е словна, и словния елемент на комбинираната марка, съм посочила защо така мотивирам оценката си за висока степен на сходство. Защото вниманието на потребителя е насочено към първата част DI и евентуално F., което му подсказва за гъвкавост и мобилност.

АДВ. Г.: Обстоятелството, че първият словен елемент е на кирилица, това къде е взето предвид?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Взела съм предвид и не променям заключението си.

АДВ. Г.: От визуална гледна точка, установихте ли разлика в дължините на словните елементи на по-ранната марка и съответно на по-късната такава?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Описано е в първи пасаж на стр. 8.

АДВ. Г.: На фона на това, поддържате ли, че въпреки разликата в броя на символи, букви и срички, от визуална гледна точка е налице висока степен на сходство?

ВЕЩО ЛИЦЕ: В началото заявих, че поддържам заключението си в цялост.

АДВ. Г.: От визуална гледна точка в какво по-ранната марка и по-късната заявка се различават една от друга?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Считаю, че в таблицата, която представлява комплексен анализ на заявената национална марка и по-ранната европейска марка, в колона № 4 ясно е описано сравнението и изводите от него, т.е. къде са различията.

СЪДЪТ отново УКАЗВА на адв. Г., че следва да задава въпроси, на които няма отговори в експертизата, доколкото на въпросите, зададени до момента в заключението има отговори.

АДВ. Г.: Нищо от това което задаваме като въпроси, от наша гледна точка не присъстваше в експертизата. Нямаме за цел да губим времето на съда, вещото лице и другите процесуални представители. Изразявам несъгласие с констатацията. Имаме друга гледна точка на въпросите, които зададох. Имаме право да обсъдим експертизата, да поставим под съмнение определени нейни елементи, поради което имаме въпроси - по сравнителния анализ, по степента на внимание, по цялостния анализ, по вероятността за объркване.

АДВ. Г.: От фонетична страна, сходството между словни елементи, определя ли се от тяхната дължина, от броя на буквите, на сричките и съответно от интонацията при изговора, когато има несъвпадение между броя на букви и срички?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Въпросът за фонетичното сравнение ще насоча към пасаж № 1 на стр. 8. По допълнително зададения въпрос за интонацията, считам, че това е субективна преценка на всеки потребител. Всеки ще постави ударението на различна сричка. Този въпрос не би могъл да търпи еднозначен отговор и обобщение. Методиката за сравнение, която се базира на българска правна регламентация и методически указания и на европейски опит, който не е много по-различен, не включва сравнение в интонационно отношение.

АДВ. Г.: Цялостното фонетично впечатление, създадено от даден знак, зависи ли в особена степен от броя и последователността на сричките и от значение ли е в каква последователност са подредени и ударени сричките и с каква височина се произнасят.

ВЕЩО ЛИЦЕ: Намирам този въпрос за релевантен към предходния, свързан с интонацията на произнасяне. Нямам какво да допълня. Анализът, който съм направила, е аргументиран с действащата практика, марковата доктрина в нейната цялост и вниманието на публиката е приоритетно насочено към първата сричка ДИ.

АДВ. Г.: Как се произнася централната част на по-ранната марка и как централната част на процесната марка? Всъщност по-ранната марка няма централна част. Можем ли да приемем, че централната част в по-късната марка е сричката К.?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Да, можем. Сричката К. отсъства в по-ранната марка, там няма централна част, има само сричките ДИ и ФЛЕКС.

АДВ. Г.: Наличието на сричката К. в Д. променя ли произнасянето на тази марка спрямо словния елемент на по-ранната комбинирана марка?

ВЕЩО ЛИЦЕ: В представеното мнение на стр. 7 и 8 относно словния елемент на по-късно заявената национална марка, аз не елиминирам значението на сричката К.. Само казвам, че акцентът на потребителското внимание, на вниманието на експертните кръгове, е в първата сричка и поради значимостта със семантична

стойност на последната сричка ФЛЕКС в заявената национална марка, и че потребителят логично и естествено фокусира вниманието си върху първа сричка. Не коментирам, не елиминирам и не минимизирам влиянието на сричката К.. От всеки потребител, който в марковата доктрина е с обичайно ниво на познания и опит в съответната област, не можем да очакваме нито семантичен анализ, нито професионални познания в продуктовата област. Затова съм записала следното изречение: потребителят би могъл да възприеме втората по време (визирам националната марка) за продуктово-марково разширение на съществуващата вече регистрирана марка. Не можем да очакваме от потребителя професионален, лингвистичен и експертен анализ.

АДВ. Г.: От фонетична гледна точка може ли да кажем, че наличието на средната част от по-късната заявка К. променя фонетично произнасянето.

ВЕЩО ЛИЦЕ: Посочила съм вече.

СЪДЪТ указва на процесуалния представител на жалбоподателя, че въпросите, които задава, следва да бъдат такива, за които са необходими специални знания.

АДВ. Г.: При дадените отговори на последните два въпроса, проф. М. довнесе към своето експертно заключение и считам, че това беше важно. Последният отговор беше в посока смислово значение, в заключение е казано, че марката Д. няма семантична стойност и че доколкото има фантазиен характер, той се запомня с третата си сричка ФЛЕКС, със значение на мобилност и подвижност. А. ли семантичното значение на първата част на заявената марка Д.?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Отново насочвам към първи и втори пасаж от заключението на стр. 8, където и за двете марки съм посочила, че нямат семантична стойност в цялост, а че последната сричка ФЛЕКС за всеки потребител – обичайния потребител, непрофесионално лице, е ясно със значение гъвкавост, мобилност. Не съм анализирала първата част.

АДВ. Г.: Може ли съчетанието Д. да бъде самостоятелен носител на семантична информация?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Ако можех да аргументирам такова мнение, бих го вписала в експертиза.

АДВ. Г.: Може ли да се свърже съчетанието Д. с активното вещество диклофенак, тъй като в голямата си част обсъждаме лекарствени продукти от клас 5.

ВЕЩО ЛИЦЕ: Не бих навлязла в подробен и аргументиран отговор по така поставения сега, за значението на известния състав диклофенак. Ако трябва да се анализира, би трябвало да е от лице с познания по фармацевтика и химия.

АДВ. Г.: Относно семантичната страна, средният потребител на стоки в клас 5 - фармацевтични препарати, би ли свързал Д. с активното обезболяващо вещество диклофенак, с оглед на трайно възприеманата практика, че потребителите на продукти в клас 5 обичайно имат завишено внимание?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Отговорът на въпрос 3 съдържа тази информация. Както и отговорът, който давам на стр. 11 – съвременният потребител, който в марковата теория се възприема като информиран и умерено наблюдателен, не експерт в съответната област, осъществява своя потребителски избор внимателно и при отчитане на редица фактори, в т.ч. цена, начин на представяне и много други. Степента на внимание на потребителя при такива фармацевтични продукти по принцип е висока. В конкретния случай, тъй като говорим за гел, приоритетно за който е доказана употребата на европейската марка на територията на българския пазар, при тези продукти, които

обичайно са на свободен достъп в търговската мрежа, в тази продуктова група потребителят се информира директно на щанда. Не се нуждае от професионален съвет на експерт или на лице с медицинско образование и обичайно вниманието не е така високо, т.е. при преглед на продуктите, поставени на стелажи в аптеки, дрогерии и др., би могъл да направи връзката стока-производител, като в съзнанието му възникне асоциация за икономически свързани лица поради близкото наименование на словния елемент на двете марки, което е призиванието на марковата доктрина да осигури невъзможност за такова свързване, когато субектите са различни лица.

АДВ. Г.: Връзката стока - активно вещество може ли да се направи? А и казахте, че диклофенак е известно активно вещество. Имах въпрос дали вещото лице може да свърже първата част Д. с диклофенак.

СЪДЪТ УКАЗВА на процесуалния представител на жалбоподателя, че активното вещество диклофенак не е предмет на настоящата експертиза.

АДВ. Г.: Въпросът се отнася до смисловото значение на по-ранната марка, а ние сме на смисловия анализ и въпросът ми беше дали може смислово Д. да бъде свързано с диклофенак, което е свързано със застъпеното от вещото лице становище, че марката няма конкретно значение, а фантазиен характер.

ВЕЩОТО ЛИЦЕ: В отговора на този въпрос посочих категорично, че това би било допълнителен анализ и то от лице с химическо или фармацевтично образование.

АДВ. Г.: Приемайки, че едната марка има смислово значение, а другата е изцяло фантазийна, може ли да се каже?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Нямам такова заключение.

СЪДЪТ УКАЗВА на адв. Г. да не задава въпроси под условност към вещото лице.

АДВ. Г.: В експертизата приемате, че мнозинството от стоки в класове 3 и 5 на заявката за марка са идентични или сходни на стоките на клас 5 на по-ранната марка, можете ли да уточните за всяка от стоките поотделно дали я намирате за идентична или сходна?. Може ли да се направи това по отношение на етерични масла в клас 3, след което в клас 5 по отношение на лечебни хранителни добавки, фармацевтични средства за инжектиране, санитарни препарати за ветеринарни цели, сиропи за фармацевтични цели, имуностимуланти, санитарни препарати за ветеринарни цели и хранителни добавки за ветеринарни цели? Може ли по отношение на всяка от тези стоки да мотивирате сходство или идентичност, каквато е приета в експертизата?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Позволявам си да насоча вниманието към анализа на стр. 9 и 10 и изводите от всяко конкретно сравнение по групи стоки, и за последния клас 35 - и за услуги. Посочено е ясно моето мнение за етерични масла, за всички видове стоки.

АДВ. Г.: Принадлежността на отделни видове лекарствени продукти – сиропи, средства за инжектиране, имуностимуланти към общата категория на фармацевтичните средства, позволяват да се установи ниска степен на сходство с други фармацевтични продукти, например гелове или мехлеми, само на основанието, че и едните, и другите са лекарствени продукти. Тоест може ли да се каже, че групата продукти от клас 5 - лекарствените и фармацевтичните препарати, са в широка гама продукти с всякакви предназначения и че помежду им разликата може да бъде от ниска степен.

ВЕЩО ЛИЦЕ: В отговора на този въпрос, който е изяснен, не приемам за идентични тези стоки, а говоря за свързани стоки. Поставям във фокуса на

вниманието мехлеми за фармацевтични цели, за които в документите, в които е доказана употреба на българския пазар със сериозна документация и посочвам, че вероятността обичайният потребител да направи свързване на тези марки, се дължи на доказаното използване на по-ранната европейска марка на българския пазар, и при отчитане на т. нар. ефект на сиянието върху марка, която вече е установена на българския пазар. Следвайки логиката, духа на марковата доктрина и като теория, и като практика, е да се осигури превенция срещу евентуално свързване, което не е факт, не е истинно твърдение за бизнес субекти. Ако допуснем регистрацията, съществува риск за националната марка, съществува риск потребителят да възприеме марката Д. като марково разширение на голяма продуктова група на европейската марка, която вече е използвана на българския пазар. Затова приемам този строг подход, за да не се случи това объркване или потенциално заблуждение на потребителя за връзка между бизнес субектите. Всичко това е описано.

АДВ. Г.: Това означава ли, че сте открили в материалите по делото използване на по-ранната марка на българския пазар?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Документацията го потвърждава. Българският пазар е част от европейския пазар в дигитален и географски аспект.

АДВ. Г.: Може ли да се каже, че целта и предназначението на лекарствените препарати, изразени в техните терапевтични показания, са от решаващо значение в анализа за сходство на продуктите?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Не познавам обичаен потребител, който ще прави анализ на терапевтичните показатели и свойства на продуктите и то в пазарна ситуация, при която осъществява своя избор, а не споделя мнение за резултати от употреба.

АДВ. Г.: От какво значение е, ако потребителят иска да си купи таблетки, капки, спрей, колко близо е това до мехлемите, гелове. Каква е вероятността от объркване или свързване.

ВЕЩО ЛИЦЕ: За да се отговори комплексно и обосновано на въпроса се провеждат маркетингови, социологически, анкетни проучвания, не съм правила подобно, не е възложено на експертизата и няма да дам отговор на този въпрос.

СЪДЪТ УКАЗВА на адв. Г. да зададе не повече от два въпроса.

АДВ. Г.: Имам много повече въпроси. П. ми да ги задам. Да ми отнемете възможността да си задам въпросите, означава да ме лишите от възможност за защита на клиента ми. Моля в протокола да се отрази, че ми давате възможност да задам само още един въпрос, а аз имам становище, че имам още много въпроси и възразявам срещу ограничената ми възможност да защита своя клиент.

В частта за степента на внимание, която е висока при покупка на лекарствени средства, тъй като става въпрос за човешкото здраве и потребителите внимават повече. Може ли да се каже, че завишената степен на внимание води до по-ниска вероятност от объркване?

ВЕЩО ЛИЦЕ: В отговора на предходния въпрос, посочих, и потвърждавам мнението си, степента на внимание за фармацевтични продукти е висока, но в настоящия спор потребителите могат да се запознаят с този вид продукти като гелове и други с достъп до стелажи, щандове, аптеки, дрогерии, оферти в

уебсайтове на аптечни вериги, флаери, където може да се идентифицира произход и степента на внимание в тази група от фармацевтичните продукти не може да се определи така висока като на медицински продукти за лечение, където се изисква рецепта от лекар и консултация с фармацевт относно прием, съвместимост с други лекарства и т.н. На въпроса - където е необходима висока степен на внимание за тези множество субгрупи в продуктовата категория фармацевтични продукти, възможността за свързване е по-ниска, но в конкретния случай, където във фокуса на вниманието на европейската марка е гелове и ефектът на сиянието, по мое твърдение в отговора на въпрос 1 и 2, се разпростира и върху другите подгрупи на фармацевтични продукти, не е така висока, заради това, че нея и други свързани продукти са с достъп, при който клиентът отива до щандовете, може сам да избере, не пречи и да се консултира, но не е на равнище на висока степен на внимание, както би била при антибиотици и инжекционни препарати. Например при имуностимулатори и имуномодулатори, които също са със свободен достъп по щандове, може сам да направи консултация какво е подходящо за неговия организъм. Високата степен на внимание е специфицирана в голямата група фармацевтични продукти. Не може да се обобщи и еднакво да се твърди за всички.

АДВ. Г.: Тази висока на внимание може ли да се каже, че колкото е по-висока степента на внимание, толкова по-ниска е възможността за объркване?

ВЕЩО ЛИЦЕ: Да.

СТРАНИТЕ (поотделно): Нямаме въпроси.

АДВ. Г.: Моля да не се приема експертизата, тъй като при формиране на фактическите си изводи вещото лице не е изследвало и не е следвало утвърдените правила за извършване експертиза на марки, на чието основание следва да се преценяват фонетични, визуални и смислови сходства между марки и съответно оттам произтичащият цялостен анализ за вероятността от сходство. При липсата на цялостен анализ на сходството между марките в тяхната цялост, както и при липсата на цялостен анализ на стоките и услугите, особено с оглед тяхното терапевтично предназначение, начин на прилагане - орално, инжекционно или чрез мазане, както и произтичащото от това позициониране на стоките в търговските обекти.

Моля да допуснете тройна експертиза със същите основни въпроси. Считам, че дадената експертиза страда от слабости, които биха обусловили искане за назначаване както на повторна така и на допълнителна. Считам, че трябва да се направи нова експертиза от трима експерти. Искам експертиза със същите въпроси и към тях да се добавят въпроси, които не можах да задам в днешното съдебно заседание. Тоест - повторна и допълнителна експертиза и моля да ми дадете възможност да ги формулирам в писмен вид. Искам повторна експертиза, тъй като считам, че не беше отговорено компетентно от вещото лице на всичките въпроси. Вещото лице не даде и отговор на всички поставени въпроси в открито съдебно заседание. Считам, че за изясняване на сходството следва да се вземат предвид и подвъпроси, някои от които зададох в днешното съдебно заседание, повечето не можах да задам, но които са важни. Моля да се назначи допълнителна експертиза, в която да включва въпросите, които зададох днес на вещото лице в цялост, в писмен вид.

Н. да се приеме експертиза в този вид, и да ми се даде възможност да задам допълнителните си въпроси в писмен вид.

ЮРК. Г.: Не възразявам.

АДВ. А.: Възразявам. Експертизата беше пълна и обоснована. Вещото лице отговори на всички въпроси аргументирано. Моля, в случай че допуснете допълнителна експертиза, да ми се даде възможност за становище по допълнителните въпроси.

СЪДЪТ

О П Р Е Д Е Л И:

ПРИЕМА заключението на вещото лице, на което да се изплати възнаграждение в размер на 450,00 лв. от внесения депозит. Издаде се РКО.
ДАВА ВЪЗМОЖНОСТ на адв. Г. да формулира допълнителни въпроси за съдебно-маркова експертиза в 3-дневен срок от днес, с писмена молба, с преписи за страните и за събиране на доказателства, СЪДЪТ

О П Р Е Д Е Л И:

ОТЛАГА делото и го НАСРОЧВА за 06.06.2022 г., от 11,30 часа, за която дата страните уведомени от днес.

Протоколът е изготвен в съдебно заседание, което приключи в 12,29 часа.

СЪДИЯ:

СЕКРЕТАР: