

Протокол

№

гр. София, 26.09.2024 г.

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 77 състав,
в публично заседание на 26.09.2024 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Евгения Баева

при участието на секретаря Антонина Митева, като разгледа дело номер **2967** по описа за **2024** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

На именното повикване на първо четене в 15,48 часа се явиха:

ЖАЛБОПОДАТЕЛЯТ – „МОРЕТО“ ООД, редовно уведомен от предходното съдебно заседание, представлява се от УПРАВИТЕЛЯ К. С. и с АДВОКАТ А. И., надлежно упълномощена и приета от съда от преди.

ЖАЛБОПОДАТЕЛЯТ – „УЕБ ГРУП БЪЛГАРИЯ“ ЕООД, редовно уведомен от предходното съдебно заседание, представлява се от АДВОКАТ З. и АДВОКАТ А., надлежно упълномощени и приети от съда от преди.

ОТВЕТНИКЪТ – ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ, редовно уведомен от предходното съдебно заседание, представлява се от ГЛАВЕН ЮРИСКОНСУЛТ Ц. Н., надлежно упълномощен и приет от съда от преди .

ЗАИНТЕРЕСОВАНАТА СТРАНА – „МОРЕТО“ ООД, редовно уведомен от предходното съдебно заседание, представлява се от УПРАВИТЕЛЯ К. С. и с АДВОКАТ А. И., надлежно упълномощена и приета от съда от преди.

ЗАИНТЕРЕСОВАНАТА СТРАНА – „УЕБ ГРУП БЪЛГАРИЯ“ ЕООД, редовно уведомен от предходното съдебно заседание, представлява се от АДВОКАТ З. и АДВОКАТ А., надлежно упълномощени и приети от съда от преди.

АДВОКАТ И.: Уважаема госпожо съдия, моля да дадете ход на делото.

АДВОКАТ З.: Уважаема госпожо съдия, моля да дадете ход на делото.

АДВОКАТ А.: Уважаема госпожо съдия, моля да дадете ход на делото.

ЮРИСКОНСУЛТ Н.: Уважаема госпожо съдия, моля да дадете ход на делото.

СЪДЪТ, намира, че не са налице процесуални пречки по даване ход на делото, поради което

О П Р Е Д Е Л И :

ДАВА ХОД НА ДЕЛОТО И ГО ДОКЛАДВА

СЪДЪТ ПРИСТЪПИ КЪМ РАЗПИТ НА СВИДЕТЕЛКАТА:

В. Д. Ж. – 36-годишна, българка, българска гражданка, неосъждана, без дела и родство със страните. Предупредена за наказателната отговорност по чл. 290 от Наказателния кодекс.

СВИДЕТЕЛКАТА Ж.: П. експерт съм в [населено място]. В момента работя в собствена пиар агенция „Кайф Коммуникейшън“ ЕООД, която основах през 2014 година. Преди това, за около година, работих в [населено място], в „О. Ч. К.“, а преди това в [населено място], отново. Започнах професионалния си път през 2010 година, в пиар агенция „Нетен Къмпани“ ООД.

Когато започнах работа през 2010 година, при първата ми работодателка А. Н., се запознах с всички регионални медии. „Морето“ ООД още от тогава беше една от тях, така че от тогава ги познавам професионално. Тъй като ми се налага да правя база данни и да изпращам прес информация, се запознах с всички регионални медии, включително и с „Морето“.

През годините, като пиар експерт, съм използвала различен набор от услуги, като част от тях включват популяризиране на събития от обществено значение, което ще рече, че ние изпращаме прес информацията. Друга част от дейността ми е рекламната, когато работя за бранд, за корпоративни клиенти, за политици, във време на политическа кампания или за културни събития. В този случай използвам платена реклама. През годините, през които работя, съм използвала различни видове услуги от „Морето“. Репортажи, фоторепортажи, репортерска дейност. Например, по време на пресконференция, когато е корпоративен клиента, каним „Морето“ да дойдат и да отразят събитието, било то писмено или с фото заснемане, или с видео заснемане, в зависимост от бюджета и желанието на клиента. Също така съм ползвала платена реклама, която е във вид на банери. Това са визуализациите, излизаци по сайта, в различни формати и размери, които водят до конкретна директория. Тази реклама, вече в зависимост от бюджета и медийното планиране, може да бъде разпределена по различни начини, на база импресии, т.е колко пъти се показва на потребителите на „Морето нет“. Тоест, клиентът си плаща на база показвания или пък на база кликове „пейпер клик“. Това е друг вариант. В момента даже, по време на фестивали „Морето“ са медийни партньори на събитията. Също така, когато имам по-малки клиенти, с по-малък бюджет, „Морето“ извършват и медийно планиране, което ще рече, че извършват разпределението, дават маркетинг съвети, съвети за планиране на дейностите, така че клиентът да се възползва и от тази услуга. По същество репортерските услуги са форма на представяне на информация, комуникиране чрез информация от клиента към публиката, в случая към аудиторията на сайта „Морето нет“. Разликата е в канала на комуникация. В единия случай, който е репортерство, става въпрос за писмена комуникация. Пак казвам, примерно, имаме голямо корпоративно събитие, например честване на 30 години на дадена организация, и трябва да бъде отразено. Възлагам на „Морето“ фоторепортерско обслужване, което

съответно да включва и фотографско отразяване на това събитие и видео, съответно, видеографско отразяване. И да, ползвала съм ги многократно в различните формати понякога в съвкупност, но друг път по единично. Хората използват медията „Морето“ по две причини.

Първо, тъй като съм експерт, гледам числата и в последните години, откакто ползваме „Г. М.“ и така нататък, това е медията, която несъмнено по поне два показателя, води в челните места. И тъй като ние, когато предлагаме медията на нашите клиенти, трябва да покажем данни за това, ги следим. Според тези данни „Морето нет“ е на челните места по два показателя. На първо място - по обща посещаемост, медията е на първо място в [населено място]. На второ място, много важен показател, по време на прекарване на потребителя в сайта, което ще рече, че техните читатели не просто влизат, защото има някаква жълта новина, а са ангажирани със съдържанието и прекарват повече време на сайта. От една страна това е мое по-професионално мнение. От друга страна, показателно е, че клиентите ни много често идват и искат конкретно да работят с тази медия, защото ги познават и самите те си четат там новините. В последните години се ползва медията, но не мога да кажа точна дата. Откакто „Г. инструментите“ навлязоха, като услуга, в последните 5 години, ако не и повече, със сигурност работим с такъв тип инструменти и искаме статистики от сайтовете, не само от „Морето“, а всички сайтове, с които работим. Кое е важно, защото „Морето“, попада не само в техните статистики, но и в други медийни статистики. Когато имаме клиент, който има нужда от пиар и реклама, и ние помагаме на клиента с медията, която реализира рекламата, като и за да изберем или да предложим определена медия, предлагаме на клиента някакви показатели, по които да го убедим, че тази медия ще си заслужава съобразно извършване на планиране, съобразявайки се с нуждите на клиента. Когато кампанията в случая включва медийно отразяване и медийно планиране, когато това е елемент от стратегията за един клиент, правим това. Не Ви казваме че ги свързваме, а че работим заедно. Тоест, ние вземаме дейно участие в услугата също. Медийното планиране е, когато конкретна реклама трябва да се планира във времето (времето и количествено е колко пъти да излиза, примерно, спрямо бюджет ще получат клиент X за един месец, сто хиляди души, примерно, ще видят тяхната реклама при въпросния бюджет). И това може да бъде, примерно, не ежедневно. Може да са прецени, кои са по посещаемите дни, например. Често обсъждам с тях, спрямо техните нужди, спрямо други събития, които примерно, ако имаме големи политически събития обсъждаме нещата, така че нашата новина да попадне адекватно пред очите на потенциалните клиенти. Ползвам услугата медийно планиране при работа с клиенти. Лично в моята агенция няма медийно планиране.

По-големите медии си го имат, така че аз се доверявам на „Морето.нет“, когато те извършват някакво планиране. Получавам планиране в таблица, разпределена по бюджет и го представям на клиента. Да, ползваме рекламни текстове и текстова обработка. Не много често, тъй като ние като П. експерти, обикновено, подготвяме текстовете и ги подаваме готови, но има случаи, когато например изискваме част от услугата, те сами да си пишат и обработят текста, т.е. подготовка на рекламния текст и текстова обработка, което ще рече адаптацията за формата на сайта, тъй като различните медии имат свои различни формати, казват се редакторски, редакторска линия. Да, ползвам сайта „Морето.нет“. Важно е в уточнението, че при мен е трудно разграничаването от професионално и лично в живота ми, тъй като аз правя медия мониторинг, т.е. ежедневно минавам през всички сайтове на национално и

международно ниво, разбира се. С. „Морето“ много го ползвам в лично качество, много често. Особено харесвам рубриката „Афиш“, защото там има куклен театър за моите деца, концерти, театрални постановки и така нататък. Мисля, че това е сайтът, който най-добре систематизира този тип информация в нашия град от години насам. Да, освен като източник на актуална информация ми се е налагало да ползвам сайта и като търсачка. Самите ние, когато се налага да правим медия мониторинг, примерно, пуснали сме някаква новина за клиент на първи октомври, трябва да проверим на петнадесети октомври или по-назад във времето, или всъщност когато търсим по ключови думи, т.е. правим анализ на конкуренцията за наш клиент, тогава прибягвам към търсачката, т.е. въвеждаме в търсачката и пишем примерно: „Откриване на завод за отпадъци“, и цялата тази новина излиза, което е удобно включително и за политическите ни клиенти, когато много често се налага да правим това. Медията в ежедневието и по начинът, по който човек общува с клиентите ни и с нашите познати кръгове, медията е позната като „Морето“. Например казват: „Прочетохме го в „морето“.“ Мисля, че няма варненец, който няма да разбере за какво става въпрос. Когато отворим сайта, на първо място са така наречените новини акценти. Много добре ги познавам, защото тези новини, когато оперираме на клиент, това са по-скъпи новини. Това са новините, които седят 24 часа на сайта. Отстрани минават хронологично останалите новини. В дясно има банер с размер 300 на 250. Отгоре, след това ако има клиент в момента има така наречен „лоу пейфард банер“, т.е. ще рече, че целият сайт е „брандиран“ с конкретен клиент. Това е най-успешната реклама. Има календар в дясно.

Това е извадка на всички рубрики, като новини, бар на сайта. Не мога да спомена пълно рубриците. Със сигурност, тази е „афиша“, след това е указател. Най-долу е „контакт“, разбира се. В сайта има новини, анонси, защото така информация е под форма на указател и афиш, което също не е точно новинка. Когато на нас ни се възлага от наш клиент да направим реклама и трябва да комуникираме с „морето“, отношенията ни се осъществяват чрез комуникация по имейл. Там уточняваме бюджет и те ми предлагат какво може да осъществим за този бюджет и всъщност ми предлагат медийно планиране за съответния бюджет. И не само бюджет, но и целия бюджет на клиента, който искаме да постигнем и обсъждаме дали в случая е възможно или не е възможно. Когато организираме събития каним репортери на всички медии. Репортерите на „Морето“ в зависимост от формата на събитието определят начина по който да се осъществяват отношенията ни. В смисъл, ако е платен репортаж, т.е. имаме корпоративен клиент, който си плаща това е корпоративна реклама и няма как да излезе. Трябва по закон да излезе с надписа „рекламно съдържание“. В този случай го представят на мен за преглед и одобрение, да. А когато е събитие, което е от обществена значимост, например, политически активности, не. Тогава репортер на морето, например, стои по време на заседание в Общински съвет, отразява и аз нямам отношение към свободата им не изразяване. И двата варианта се случват. Може агенцията да влиза в договорни отношения с „Морето“ и да заплаща услугата на „Морето“, или то да заплаща на нашата агенция и ние вече заплащаме на „Морето“ за това, с което сме ангажирани. С оглед на това, ако имаме по-голямо мащабно медийно планиране, в което клиентите са по-големи, те имат по-голям бюджет и на нас е възложено, че те не искат да се занимават по никакъв начин, ние събираме различните медийни планирания от различните медии, предоставяме им общ бюджет и те плащат от нас, за да направят едно по-голямо

плащане, или за да направят 50 малки или 30 малки плащания. Медията „Морето“ не е териториално свързана с новините в регион В. и околността. Това е медия, в която има и национални новини, и също така попада доста нагоре и в класациите на национално ниво на сайтовете. Медията не се чете само от [населено място] и околността.

СЪДЪТ ПРИСТЪПИ КЪМ РАЗПИТ НА СВИДЕТЕЛКАТА, КАКТО СЛЕДВА:

А. И. В. – 44 годишна, българка, българска гражданка, неосъждана, без дела и родство със страните. Предупредена за наказателната отговорност по чл. 290 от Наказателния кодекс.

СВИДЕТЕЛКАТА В.: Аз съм консултант по инвестиционни въпроси и въпроси, свързани с официалната дейност, преводач съм и от скоро собственик на онлайн магазин. С това се занимавам. Познавам медията „Морето“ още преди да бъдат създадени. Познавам господин С. много отдавна. Познавам господин С. като един изключително креативен човек, който през 2003 г. успя да осъществи своята мечта в лицето на „Морето“. От тогава познавам тези медия, възхищавам се на тези медия, обичам и дори живея с тези медия. В служебната си дейност използвам „Морето“, като насочвам моите клиенти за реклама, а иначе в ежедневието си живот я използвам, четейки рубриките в медията. В лично качество най-интересни за мен са новините, фото и видеорепортажите, които намирам за изключително интересни и смятам, че имат художествена стойност освен информативната стойност, която носят. Фоторепортажът отразява случващото се. Обикновено в „Морето.нет“ се отразяват събития, които са изключително важни за града и понякога няма нужда от думи, за да се обясни и да се покаже какво се случва със съответното събитие. Това е един от най-интересните, всъщност, не само за мен, но и за много хора – репортажи. Да, аз използвам секцията „Пътеводител“ в сайта „Морето“ доста често. Всъщност има доста рубрики. Основните рубрики, които използвам са тези свързани със забележителностите. Често ми се случва да давам насоки на мои клиенти, какво да посетят. Прямо града има доста компилирана информация по отношение на забележителностите в града. Използвам „Пътеводител“ и по отношение на информацията, свързана със събития, защото наистина случващото се в града много адекватно се отразява в тези рубрики и изобщо във сайта „Морето“. Ползвам и рубриката „Обяви“. Тя е насочена към крайният потребител читател на сайта. Ползвам я и лично. Ползвала съм я и за мои клиенти, които са насочени към тази рубрика. Рубриката съдържа малки, кратки съобщения, надолу с рекламите, така да се каже, или с цел търсене. В [населено място], медията е известна като „Морето“. Тоест, когато аз говоря с моите приятели и с моите познати, казвам: „Видя ли това, което пише в „Морето“?“. Наистина може да ви звучи тенденциозно в момента, но това е чистата истина, когато говоря с моите приятели и познати, всички в моя приятелски и официален кръг говорят за морето и за тях е ясно, че не става въпрос за обширната морска площ, а всъщност наистина за сайта „Морето“. Да, този сайт съдържа реклама. Да, този сайт съдържа фото и видео репортажи. Както казах, преди малко, всъщност това за мен са едни от най-интересните моменти в този сайт.

АДВОКАТ И.: Уважаема госпожо съдия, представям и моля да приемете печатни материали, които отразяват дейността на „М.“. Клиентът ми го представи днес. Уточнявам, че са извън процесния период. Това е една снимка от вестник „Т.“ от 2006 г., когато сайтът „Морето“ е награден, като прогресивен сайт, както и снимка от

рождения ден на „Морето“ от вестник „24 часа“ от 2004 година. Представям ги единствено в контекста на това, че ние доказваме използване за един конкретен период, но периодът преди и след този период са косвено релевантни до толкова, доколкото ние не можем да отрежем съществуването на един бизнес, на един факт в това време. Взаимосвързани са неговото начало, генезис и неговия, надявам се да няма скоро, край. Става въпрос за печатни материали, а не за доказателства.

ЮРИСКОНСУЛТ Н.: Уважаема госпожо съдия, моля да оставите искането без уважение. Считаю, че представените доказателства са неотнормими към релевантния период на доказване.

АДВОКАТ З.: Уважаема госпожо съдия, присъединявам се към становището на ответника. Никой не оспорва това, което тези печатни материали отразяват.

СЪДЪТ намира доказателствата за неотнормими към предмета на спора, тъй като касаят период извън процесния, поради което

О П Р Е Д Е Л И:

ОСТАВЯ БЕЗ УВАЖЕНИЕ направеното искане за приемане на писмени документи.

СЪДЪТ намира делото за изяснено от фактическа страна, поради което

О П Р Е Д Е Л И:

ДАВА ХОД НА ДЕЛОТО ПО СЪЩЕСТВО

АДВОКАТ И.: Уважаема госпожо съдия, поддържам жалба и моля да я уважите. Моля да отхвърлите жалбата на „У. Г. България“. Моля да присъдите направените пред инстанцията съдебно-деловодни разноски. Моля за срок за писмени бележки. Представям и самолетни билети за двамата свидетели, ако прецените, че са допустими.

АДВОКАТ З.: Уважаема госпожо съдия, моля да уважите жалбата, подадена от „Уеб Груп България“ ЕООД и да отхвърлите жалбата на „Морето“ ООД. Моля да присъдите направените пред инстанцията съдебно-деловодни разноски, съобразно списък, който представям. Моля за срок за писмени бележки, който да тече след изготвяне на протокола, за да мога да включа в бележките събраните в днешното съдебно заседание гласни доказателства.

АДВОКАТ А. Уважаема госпожо съдия, моля да уважите подадената от нас жалба и да отхвърлите жалбата на „Морето“ ООД. Присъединявам се към исканията на колегата.

ЮРИСКОНСУЛТ Н.: Уважаема госпожо съдия, моля да оставите жалбите без уважение. Претендирам присъждане на юрисконсултско възнаграждение. Моля за срок за писмени бележки. В случай, че уважите жалбата на „Морето“ ООД, то моля, в тежест на административния орган, на основание чл. 84, ал. 5 от Закон за марките и географските означения, да не бъдат присъждани разноски. Правя възражение за

прекомерност на претендираното възнаграждение на процесуалните представители и да двамата жалбоподатели.

СЪДЪТ ДАВА ВЪЗМОЖНОСТ на страните да представят писмени бележки в 14-дневен срок от изготвяне на протокола.

СЪДЪТ счете делото за изяснено и **ОБЯВИ**, че ще се произнесе с решение в срок.

Протоколът е изготвен в съдебно заседание, което приключи в 16,21 часа.

СЪДИЯ:

СЕКРЕТАР: