

РЕШЕНИЕ

№ 705

гр. София, 09.02.2022 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 33 състав,
в публично заседание на 02.12.2021 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Галин Несторов

при участието на секретаря Антонина Бикова, като разгледа дело номер **12527** по описа за **2020** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 и сл. от Административно-процесуалния кодекс /АПК/ във връзка с чл. 84, ал. 1 от Закона за марките и географските означения /ЗМГО/.

Делото е образувано по жалба от [фирма], с адрес: [населено място], представлявано от Р. Р., срещу решение № РС-324-/1//22.10.2020 г. на председателя на Патентно ведомство на Р.Б., с което е оставено без уважение искането с вх. № 70127981/30.09.2019 г. на жалбоподателя за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 105554 „ФЕРМЕР словна“ за всички регистрирани стоки и услуги от класове 16, 35, 38 и 41, собственост на [фирма], поради липса на отличителност.

Наведените и аргументирани подробно в жалбата основания за незаконосъобразност на акта са за допуснати съществени нарушения на административнопроизводствените правила, противоречие с материално правните разпоредби и несъответствие с целта на закона – чл. 146, т. 2 - т. 5 от АПК. По същество твърденията са, че липсва отличителност на марката, същата е била регистрирана в нарушение на чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, т.к. не отговаря на изискванията на чл. 9, ал. 1 от ЗМГО. В същото време се сочи, че маркопритежателят не е доказал, че марката е придобила отличителност в резултат на използването ѝ за стоките и услугите за които е регистрирана. Моли за отмяна на оспореното решение.

В съдебно заседание жалбоподателят се представлява от адв. Г., която поддържа жалбата на заявените основания и претендира разноски по делото и прави възражение за прекомерност на адвокатския хонорар на процесуалния представител на

заинтересованата страна.

Ответникът – председателят на Патентното ведомство на Р. България, редовно уведомен за образуваното съдебно производство, се представлява от юриск. Г., който моли за отхвърляне на жалбата и претендира разноски. Прави възражение за прекомерност на адвокатското възнаграждение.

Заинтересованата страна – [фирма] се представляват от адв. Д.. В съдебно заседание, както и представените писмени бележки подробно аргументира неоснователност на жалбата. Моли за присъждане на разноски по делото за които представя списък.

Административен съд – София – град, след като обсъди релевираните с жалбата основания, доводите на страните в съдебно заседание, прецени събраните по делото доказателства и служебно, на основание чл. 168, ал. 1, във връзка с чл. 146 от АПК, провери изцяло законосъобразността на обжалвания акт, намира за установено следното от фактическа страна:

Видно от библиографска справка (л. 198) марка с рег. № 1055554 „ФЕРМЕР – словна“ е регистрирана на 30.05.2019 г. по заявка вх. № 139250/16.11.2015 г. със срок за защита до 16.11.2025 г., за стоки и услуги от класове 16, 35, 38 и 41 от МКСУ.

Производството пред административния орган е започнало по искане вх. № 127981/30.09.2019 г. от [фирма], като е посочено, че марката е регистрирана в нарушение на чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО и не отговаря на изискванията на чл. 9, ал. 1 от ЗМГО.

След спазена процедура по размяна на книжа и предоставени права на възражения и допълнителни становища на страните, органът е приел следното:

Процесната марка с рег. № 105554 е словна и се състои изключително от думата „ФЕРМЕР“, изписана на кирилица със стандартен шрифт. Съгласно определението, дадено в Български тълковен речник, думата „фермер“ носи значението на човек, който е притежател или наемател на ферма. От своя страна, думата „ферма“ обозначава: 1. голямо частно земеделско стопанство; 2. стопанско предприятие, което се занимава с животновъдство. Думата, от която изключително се състои процесната марка, е добре известна и с ясно значение за българските потребители. Обстоятелството, че съответният словен знак има конкретно и ясно значение само по себе си не води автоматично то извод, че той не може да функционира като марка. Това е така, тъй като видно от легалното определение за марка, дадено в чл. 9, ал. 1 от ЗМГЧ, думите, в това число и тези с конкретно значение, са сред примерно изброените знаци, които поначало биха могли да бъдат регистрирани като марки. С оглед на това за да се прецени дали дадена марка, състояща се изключително от словен елемент с конкретно и ясно значение, с неотличителен и съответно попада под забраната на чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО, е необходимо да се прецени дали с оглед значението на словния елемент, в контекста на стоките и услугите за които марката е получила закрила, е способен да отличи стоките и услугите на маркопритежателя, от тези на други лица.

Марката с рег. № 1055554 е регистрирана за стоки и услуги от класове 16, 35, 38 и 41 от МКСУ, а предвид значението на думата „фермер“ е направен извод, че не може да се приеме, че марката е описателна за тези стоки и услуги. Думата „фермер“, макар и с ясно значение за потребителите, поначало не указва никакви присъщи качества или характеристики на конкретно включени в марката стоки и услуги. Същите не са конкретизирани по начин, който да установява някаква директна и указателна връзка с думата „фермер“ или с дейността, осъществявана от такова лице. Тази дума не се

явява описателна и по отношение на естеството или предназначението на стоките и услугите, за да се приеме, че марката е лишена от отличителност и не би могла да служи за идентифициране на търговския произход на стоките и услугите. Посочено е, че потребителите на стоки и услуги от класове 16, 35, 38 и 41 от МКСУ не биха очаквали те да произхождат от лице, управляващо ферма и занимаващо се със земеделие и животновъдство, не биха очаквали и, че означените със знака „фермер“ стоки и услуги са насочени само и единствено спрямо лица, попадащи в тази категория.

В заключение е прието, че марката с рег. № 1055554 „ФЕРМЕР – словна“ не е лишена от отличителен характер и би могла да служи за идентифициране на търговския произход на стоки и услуги от класове 16, 35, 38 и 41 от МКСУ, за които е регистрирана. Предвид на това, че марката притежава присъща отличителност, то не се налага изследване дали марката е придобила отличителност по см. на чл. 11, ал. 2 от ЗМГО. При горните съображения подаденото искане, вх. № 127981/30.09.2019 г. от [фирма] е оставено без уважение.

За изясняване на релеванните за спора обстоятелства по делото е изслушана и приета съдебно-маркова експертиза /СМЕ/, която съдът кредитира изцяло. Според заключението на в.л. В. Е. думата ФЕРМЕР е регистрирана като марка, на нея ѝ е призната поне минимална степен на отличителност, посредством нейната регистрация за всички стоки и услуги, за които е заявена. Отделно, доколкото думата „ФЕРМЕР“ е съществително, което не указва директно никакви качества или характеристики на стоките и услугите от класове 16, 35, 38 и 41, тя има нормална, обикновена степен на отличителност - такава, каквато има всеки един словен елемент, който не указва никакви особености, свойства или други специфични белези на стоката или услугата, съответно не може да бъде директно свързана със стоките и услугите които означава.

Понятието „отличителност“ е израз на годността на всяка марка да създаде у потребителите недвусмислена асоциация на марката с търговския произход на нейните стоки или услуги. Доколкото фермерът е субект, чиито качества и характеристики не кореспондират с тези на стоките и услугите, то и понятието „ФЕРМЕР“ е дума с нормална степен на отличителност - затова тя е нормално годна да създаде у релевантния кръг потребители на стоки и услуги от класове 16, 35,38 и 41 МКСУ такова впечатление, което да води до недвусмислено асоцииране на марката с произхода на тези стоки и услуги.

Направен е извод, че процесната марка е годна да отличава стоките и услугите в класове 16, 35, 38 и 41, за които е регистрирана, на фона на всички останали открити регистрирани за същите стоки и услуги марки. които съдържат словния елемент „фермер" и/или негови производни.

При така установеното от фактическа страна, съдът достигна до следните правни изводи:

Жалбата е процесуално допустима за разглеждане. Подадена е от лице – активно легитимирано лице, срещу акт с неблагоприятно за същото съдържание. Жалбата е подадена в срока по чл. 50, ал. 1 от ЗГМО (отм.). С влизане в сила на ЗМГО (ДВ, бр. 98 от 13.12.2019 г.) процесуалните срокове за оспорване на административни актове по този закон са променени. Съгласно § 5, ал. 2 от ПЗР на ЗМГО (ДВ, бр. 98 от 13.12.2019 г.) този закон се прилага за исканията за отмяна и заличаване на регистрация на марки и географски означения, по които няма влязло в сила решение до влизането му в сила. С разпоредбата на чл. 84, ал. 1 от ЗМГО е привиден

двумесечен срок за оспорване на актове, от вида на процесния (решение по чл. 76, ал. 8 от ЗМГО). Предвид датата на получаване на съобщението за изготвеното решение № РС-324-/1//22.10.2020 г. – 27.10.2020 г. и датата на депозиране на жалбата 22.12.2020 г. пред административния орган, съдът счита, че жалбата е подадена в срок.

Разгледана по същество жалбата е неоснователна.

Оспореното решение е издадено от компетентен административен орган и в пределите на неговата власт съгласно чл. 76, ал. 8 от ЗМГО /чл. 46, ал. 4 от ЗМГО, отн./, доколкото при искания за заличаване на регистрацията по чл. 36 от с.з., компетентен да се произнесе е Председателят на Патентното ведомство или от оправомощен от него заместник-председател. Поради това, съдът приема, че не е налице предпоставката за отмяна на атакувания акт – липса на компетентност на председателя на ПВ по смисъла на чл. 168, ал. 1, във връзка с чл. 146, т. 1 от АПК.

Съдът намира, че е спазено изискването за форма на административния акт, регламентирано в чл. 59 АПК, доколкото в специалния закон липсват конкретни изисквания в тази насока. Оспореното решение е в писмена форма и съдържа задължителните реквизити по чл. 59, ал.2 АПК – наименование на органа, който го е издал; наименование на акта; адресат на акта; фактически и правни основания за издаването му; разпоредителна част; указания за реда и срока на обжалване; подпис на лицето, издало акта с означаване на заеманата от него длъжност. Предвид на това не е налице отменителното основание по чл. 146, т. 2 от АПК.

Съдът приема, че органът е спазил предвидената в закона процедура, предвид описаното по-горе фактическо установяване. Видно от данните по делото, подаденото заявление за заличаване на регистрацията на процесната марка е връчено на притежателя на марката, като неговият отговор и представените от него доказателства са връчени на молителя, който в определения едномесечен срок не е депозирал възражения. Със заповед № 839/05.10.2020 г. председателят на ПВ е назначил състав по спорове, който е изготвил становище за вземане на решение.

По приложението на материалния закон съдът съобрази следното:

Заличаването на марката е поискано от [фирма], по съображения, че марката е регистрирана в нарушение на чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО и не отговаря на изискванията на чл. 9, ал. 1 от ЗМГО.

Според определението дадено в чл.9, ал.1 ЗМГО марката е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен графично. Във второто изречение на чл.9 е предвидено, че такива знаци могат да бъдат думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, комбинация от цветове, звукови знаци или всякакви комбинации от такива знаци. Разпоредбата на чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО въвежда абсолютно основание за забрана за регистрация на марка, която няма отличителен характер.

За да бъде една марка регистрирана, последната следва да притежава отличителност. Липсата на такава е абсолютно основание за отказ на регистрация, на основание чл. 11, ал.1, т.2 от ЗМГО, и чл.4, т. 1, б. „б“ от Директива (ЕС) 2015/2436. В случай, че е регистрирана марка без отличителност, лице с правен интерес има възможност да атакува регистрацията на марката.

Съда на Европейския съюз (СЕС) - Тълкувателно решение от 22.06.1999 г. по дело С-342-97 "L. S. M. & Co. G. срещу K. H. BV" обстойно е изследвал и изложил фактори

за преценка относно придобития отличителен характер на марката, като се вземат предвид съществените характеристики на марката:

1. дали е описателен елемент по отношение на стоки и/или услуги, за които е регистрирана марката;
2. какъв е заеманият от марката пазарен дял (как стои на пазарно ниво);
3. колко интензивно, географски разпространено и продължително във времето е използвана марката;
4. инвестицията, предприета от предприятието при промоутиране, предлагане на марката;
5. пропорция от съответната част от обществеността, която поради марката идентифицира
6. изявления на търговско-промишлени палати/търговски камари и индустрия/ и професионални сдружения.

Насоките и указанията на EUIPO (Службата на ЕС за интелектуална собственост), версия 1.0., с актуализирани промени в сила от 01.02.2020 г.

1. Следва да се има предвид, че комбинация от неотличителни елементи е напълно възможно да има отличителен характер. Това предполага повече опции и по-широк обхват от елементи, които да отличат даден знак, подлежащ на регистрация, респ. регистрирана вече търговска марка.

2. При преценка от страна на компетентните за това органи и институции относно наличието (липсата на отличителност на даден знак и/или вече регистрирана търговска марка, е възможно да се констатират различни нива на отличителност) така съобразно насоките и указанията на EUIPO, актуализирани и в сила от 01.02.2020г./, например:

а.) Знакът може да бъде категоризиран и като отличителен в ниска степен, ако намеква (но не е изключително описателен в детайл) на характеристиките на дадена стока/услуга. Ако алузията за стоките и услугите създава достатъчно въображение сред потребителя, самият факт, че има алузия за характеристиките на стоките и / или услугите, е възможно да не повлияе на отличителността.

б.) Счита се, че даден знак притежава „нормална/обичайна“ степен на присъща отличителност, ако няма индикация за неговото ограничение (например поради описателен характер, хвалебствено значение и т.н.). Това означава, че въпросният знак е напълно отличителен, в смисъл, че способността му да идентифицира стоките и услугите, за които е регистрирана, като произхождат от определено предприятие, по никакъв начин не е намалена или обезценена.

с.) Всяка по-висока степен на отличителност, придобита от по-ранната марка, която често се претендира от опонента с цел разширяване на обхвата му на защита, трябва да бъде доказана от нейния притежател, като представи подходящи доказателства. Марката не е задължително да има по-висока степен на отличителен характер, само защото няма концептуална връзка със съответните стоки и услуги.

Отличителният характер на марката може да бъде присъщ на съответната марка или да бъде придобит чрез използване на марката във времето. Последното означава, че недопустимостта дадена марка да няма отличителен характер ще отпадне, ако в резултат на продължителна употреба марката е придобила отличителност по отношение на стоките или услугите, за които е заявена.

Марката следва да се разглежда в цялост и във връзка със стоките и услугите за които е регистрирана, каквато е практиката и Методическите указания на председателя на

Патентно ведомство.

За да бъде един знак неотличителен той следва да указва конкретно за стоката.

Изцяло се споделя становището на ПР, че думата „фермер“ носи значението на човек, който е притежател или наемател на ферма. От своя страна, думата „ферма“ обозначава: 1. голямо частно земеделско стопанство; 2. стопанско предприятие, което се занимава с животновъдство. Думата, от която изключително се състои процесната марка, е добре известна и с ясно значение за българските потребители. Следователно, доколкото фермер означава човек със селскостопанско предприятие, то самото предприятие или стоките произведени от него не биха могли да бъдат означени с тази дума защото биха указали стоката, а не произходът ѝ.

Марка с рег. № 1055554 ФЕРМЕР - словна е регистрирана за стоки и услуги от класове 16, 35, 38 и 41 от МКСУ както следва:

Клас 16 бюлетини с новини, печатни произведения, вестници, притурки за вестници под формата за списания, книги, печатни публикации, периодични публикации, списания, периодични издания, печатни материали.

Този клас включва още и за тях не би имала отличителност марката. поради сходство на стоките/услугите: Хартия и картон; печатни произведения; материали за подвързване на книги; фотографии; канцеларски принадлежности и канцеларско оборудване, с изключение на мебели; канцеларски лепила и лепила за домакински цели; материали за рисуване и чертане; четки за рисуване; учебни материали; пластмасови листа, фолио, торби за опаковане и пакетиране; печатарски букви, клишета.

Клас 35 Реклама; управление и организиране на търговски сделки, търговска администрация; административна дейност.

Клас 35 обхваща главно услуги, извършвани от лица или организации, чиято основна цел е: 1) помощ при дейността или управлението на търговско предприятие или 2) помощ при управлението на търговски сделки или търговската дейност на промишлено или търговско предприятие, както и услуги, извършвани от рекламни агенции, осъществяващи главно връзките с широката публика, разпространяване на съобщения или обяви по всякакви начини и за всякакви стоки или услуги. Този клас включва в частност: - групирането на различни стоки (без транспортирането им) за сметка на трети лица, с цел да се позволи на потребителя да ги види или купи по удобен за него начин; такива услуги могат да се предоставят от магазини за продажба на дребно, на едро, чрез монетни автомати, чрез каталози по пощата или чрез електронни медии, като например уеб сайтове или телевизионни програми (телешопинг); - рекламни, маркетингови и промоционални услуги, например: разпространение на мостри, разработване на рекламни материали, писане и публикуване на рекламни текстове; - подреждане на витрини; - услуги за връзки с обществеността; - производство на програми за телешопинг; - организиране на търговски панаири и изложби с търговски и рекламни цели; - оптимизиране на търсещи системи, с цел увеличаване на продажбите; - услуги за търговска помощ, например: набиране на кадри, уреждане на бизнес договори за трети лица, анализ на себестойността, услуги на агенции за внос и износ; - административни услуги, във връзка с бизнес сделки и финансови

записи, например: счетоводни услуги, съставяне на извлечения от сметки, бизнес и финансови одити, търговски оценки, попълване и подаване на данъчни декларации; - търговско управление на лицензиране на стоки и услуги за трети лица; - услуги, включващи записването, транскрибирането, съставянето, компилирането или систематизирането на писмени съобщения и записи, както и компилацията на математически или статистически данни; - административна дейност, например: уреждане на срещи и напомняне за уговорени срещи, търсене в компютърни бази данни за трети лица, управление на компютърни файлове, услуги на кол центрове.

Клас 38 информационни агенции;

Телекомуникационни услуги. Клас 38 обхваща главно услуги, които позволяват на поне една страна да осъществи връзка с друга, както и услуги за излъчване и пренос на данни. Този клас включва в частност: - предаване на цифрови файлове и електронна поща; - предоставяне на достъп до глобална компютърна мрежа; - радиопредавания, радиоемисии, телевизионни предавания, емисии; - излъчване на видеозаписи по поръчка; - предоставяне на достъп до форуми за разговори в интернет (чатрум) и осигуряване на онлайн форуми; - телефонни услуги и услуги, свързани с гласова поща; - услуги за телеконференцна и видеоконференцна връзка.

Клас 41 публикуване на вестници;

Към този клас Образование; обучение; развлечение, спортна и културна дейност.

Клас 41 обхваща главно услуги, състоящи се от всички форми на образование или обучение, услуги, чиято основна цел е развлечение, забавление или почивка на хора, както и представяне на произведения на изобразителното изкуство или литература за обществеността с културни или образователни цели.

Доколкото думата „ФЕРМЕР“ е регистрирана като марка, на нея ѝ е призната поне минимална степен на отличителност, посредством нейната регистрация за всички стоки и услуги, за които е заявена.

Отделно, доколкото думата „ФЕРМЕР“ е съществително име, което не указва директно никакви качества или характеристики на стоките и услугите от класове 16, 35, 38 и 41, тя има нормална, обикновена степен на отличителност - такава, каквато има всеки един словен елемент, който не указва никакви особености, свойства или други специфични белези на стоката или услугата, съответно не може да бъде директно свързана със стоките и услугите които означава.

Съгласно Съда на Европейския съюз средният потребител се счита за сравнително добре информиран, умерено наблюдателен и внимателен при избора си на покупка, като не трябва да се забравя фактът, че нивото на внимание се променя в зависимост от съответната категория стоки и/или услуги (Решение СЕС, С-342/97 „L.“, параграф 26). Същевременно трябва да се държи сметка и за факта, че средният потребител не винаги има възможност за

директно сравнение между марките, поради което трябва да се довери на несъвършеното изображение, запазило се в паметта му (Решение СЕС, С-342/97 „L.”, параграф 26).

Посоченото определение на категорията „среден потребител” може да се интерпретира и в контекста на понятието „делови кръгове” („бизнес потребители”). Относно деловите кръгове понятията „сравнително добре информиран”, „умерено наблюдателен” и „внимателен при избора си на покупка” често означават по-висока степен на проявление на изброените фактори в сравнение с това при средния потребител.

Стоките от клас 16 са печатни произведения, чиито цени могат да варират, но като цяло са на сравнително ниска цена, купуват се често и спонтанно и обикновено при избора им не се прави консултация със специалист, от което следва, че степента на внимание на средния потребител е нормална към по-ниска, що се отнася до крайните потребители. Релевантният кръг потребители на тези стоки обаче се състои още и от професионалисти, които се занимават с продажбата и разпространението на съответните стоки, както и от „бизнес потребители”, които публикуват обяви или се рекламират посредством печатните издания. Вниманието на потребителя в тези случаи варира и е по-високо от това на крайните потребители.

Услугите от клас 35 са насочени към бизнес потребителите, като имат за цел да подкрепят или подпомагат други предприятия да провеждат или подобряват своя бизнес. Към тях обикновено потребителите подхождат с повишено внимание.

Услугите от клас 38 са насочени както към обществото като цяло, така и към професионалисти, които имат специфични професионални знания и експертиза в тези области. С оглед специфичните нужди, които задоволяват тези услуги, нивото на внимание на потребителите варира от средно до високо.

Услугите от клас 41, обикновено се избират с повишено внимание, а в някои случаи и след консултация със специалист. Вниманието на „деловите кръгове”, използващи тези услуги е по-високо от нормалното такова. При крайните, потребители на тези услуги, вниманието е в нормална или повишена степен, в зависимост от цената на услугата и личните им предпочитания.

Позовавайки се на приетата по делото съдебно-маркова експертиза съдът приема, че доколкото фермерът е субект, чиито качества и характеристики не кореспондират с тези на стоките и услугите, то и понятието „ФЕРМЕР” е дума с нормална степен на отличителност - затова тя е нормално годна да създаде у релевантния кръг потребители на стоки и услуги от класове 16, 35, 38 и 41 МКСУ такова впечатление, което да води до недвусмислено асоцииране на марката с произхода на тези стоки и услуги. Отличителната способност на марката „фермер” и/или нейни производни е налице по отношение на стоките и услугите в класове 16, 35, 38 и 41 както заради присъствието в тях на думата „фермер” и/или нейни производни, така и заради включените други словни и фигуративни елементи. В тази връзка съдебният експерт е изследвал множество

марки, съдържащи думата „фермер“, като е установил, че по-голямата част от националните марки, които съдържат думата „фермер“ са на същото лице, което притежава и процесната марка. Освен думата „фермер“ и/или нейни производни, много от марките съдържат други словни и/или фигуративни елементи, откъдето всяка комбинация от елементи съдържа своя собствена отличителност в цялост, на базата на която тези марки се различават една от друга, включително и от процесната марка. Количеството на марките, съдържащи елемента „фермер“ или негови производни е недостатъчно, за да се приеме, че този елемент е особено разпространен и поради това - не особено отличителен елемент от марки. Не са налице основанията по чл. 11, ал. 1, т. 2 от ЗМГО за заличаване на марката с рег. № 1055554 „ФЕРМЕР – словна“, същата съответства на изискванията на чл. 9, ал. 1 от ЗМГО да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица.

Изложеното налага извода за правилно приложение на материалния закон от председателя на ПВ в решение № РС-324-/1//22.10.2020 г. на председателя на Патентно ведомство на Р.Б., а жалбата на [фирма], като неоснователна следва да бъде отхвърлена.

С оглед изхода на спора, въз основа на направените от процесуалните представители на заинтересованата страна и на ответника искания за присъждане на разноски, такива следва да бъдат присъдени. В полза на Патентното ведомство следва да бъде присъдено юрисконсултско възнаграждение в размер на 200 лева на основание чл. 143, ал. 4 от АПК, вр. чл. 24 от Наредбата за заплащането на правната помощ. В полза на заинтересованата страна [фирма] са претендирани общо 2700 лева. Направено е възражение за прекомерност, което съдът намира за основателно. Делото не се отличава с фактическа и правна сложност, което да обосновава възнаграждение, по високо от минимално предвиденото за това в наредба № 1/2004г. за минималните размери на адвокатските възнаграждения, поради което претенцията следва да бъде редуцирана до сумата от 500 лева по чл. 8, ал. 3 от наредбата.

Водим от горното и на основание чл. 172, ал. 2 и чл. 143, ал. 4 от АПК, Административен съд София-град, II отделение, 33-и състав,

Р Е Ш И:

ОТХВЪРЛЯ жалбата на [фирма] срещу решение № РС-324-/1//22.10.2020 г. на председателя на Патентно ведомство на Р.Б., като неоснователна.

ОСЪЖДА [фирма], ЕИК[ЕИК], с адрес: [населено място], представлявано от Р. Р., да заплати на Патентното ведомство юрисконсултско възнаграждение в размер на 200 /двеста/ лева.

ОСЪЖДА [фирма], с адрес: [населено място], представлявано от Р. Р. да заплати на [фирма] сумата от 500 /петстотин/ лева, представляваща разноски по делото.

Решението подлежи на обжалване с касационна жалба в 14 - дневен срок от съобщаването му чрез Административен съд София - град пред Върховен административен съд.

Решението да се съобщи на страните чрез изпращане на препис от него по реда на чл. 137 от АПК!

СЪДИЯ: