

# РЕШЕНИЕ

№ 2229

гр. София, 04.04.2022 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 58 състав,**  
в публично заседание на 09.12.2021 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Снежанка Кьосева**

при участието на секретаря Зорница Димитрова, като разгледа дело номер **8051** 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 Административнопроцесуалния кодекс /АПК/.

Образувано е по жалба на [фирма], със седалище и адрес на управление в [населено място], Столична община чрез упълномощен представител срещу Решение № 169/07.05.2020г. на председателя на Патентното ведомство /ПВ/ на Република България /РБ/, с което е оставена без уважение жалба вх.№ 70098542/11.07.2018г. срещу Решение от 11.04.2018г. на състава по опозиции, с което опозиция с вх. № 1318822/17.02.2016г. срещу регистрацията на марка с вх. № 135890 X., словна, е отхвърлена като неоснователна.

С жалбата се твърди, че решението е незаконосъобразно, постановено в разрез с действащите и приложими административнопроизводствени правила, както и с материалноправните разпоредби. Сочи се, че жалбоподателят е притежател на права върху по-ранни марки за класове стоки и услуги 28, 35 и 41. Сравняват се марките X. Л. и X. Л. и се прави извод за силно фонетично, визуално и смислово сходство, респ. за наличие на сходство на марките и на първата предпоставка по чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО. Прието е също идентичност на стоките и услугите на противопоставените марки по чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО. Изложени са и съображения, за това че силно вероятно е потребителят да счете, че марка X. Л. е част от продуктовата линия - услугите, предлагани от X. или между тях съществува икономическа връзка, респ. налице е и вероятност от объркване на потребителите и възможност за свързване с по-ранната марка, която се ползва и с известност в хипотеза на фамилия от марки.

Иска се оспореното решение да бъде отменено.

В съдебно заседание жалбата се поддържа от процесуален представител. Претендира се присъждане на разноски. Представени са писмени бележки.

Ответникът - председателят на ПВ чрез упълномощен представител оспорва жалбата. Претендира присъждане на юрисконсултско възнаграждение. Представя писмено становище.

Заинтересованата страна - [фирма] със седалище и адрес на управление в [населено място] не изразява становище по жалбата.

Софийска градска прокуратура не участва в производството.

Съдът като взе предвид събраните по делото доказателства, прие за установено следното:

С вх. № 135890 в ПВ на 24.02.2015г. от "Х. П. М." К. е заявена регистрация на марка "Х." за стоки от класове на МКСУ, както следва: 28 - влакчета за увеселителни паркове, "влакчета на ужасите" за увеселителни паркове; 35 - реклама, търговско управление на увеселителни паркове; и 41 - Увеселителни паркове, тематични паркове, Луна-паркове, Увеселителни паркове, Паркове за отдих, Предоставяне на увеселителни паркове, Осигуряване на увеселителни паркове, Услуги на спортни паркове, Организиране на зоологически паркове, Услуги извършвани в развлекателни паркове, Услуги, свързани с увеселителни паркове, Услуги на паркове за отдих, Предоставяне на услуги на водни паркове, Осигуряване на услуги на развлекателни паркове, Услуги на увеселителни и тематични паркове, Развлечения от рода на воден парк и увеселителен център, Услуги на развлекателни паркове с фокус върху радио продукции, Развлечения под формата на и увеселителни паркове за езда, Услуги на развлекателни паркове с фокус върху телевизионни програми, Развлекателни услуги под формата на забавни шоу-програми в парк.

Срещу регистрацията на марка "Х." - словна, вх. №135890/24.02.2015г. заявена от "Х. П. М." К. е подадена опозиция вх. № 1318822/17.02.2016г. /л.1062 и сл./ от името на [фирма]. Опозицията е по отношение на всички заявени стоки и услуги в заявката за регистрация на марката. Посочено е, че [фирма] притежава по-ранни права върху национална марка с рег. № 61321 - Х. Л., комбинирана и марки на ЕС с №[ЕИК] - Н., словна, № 011319159ХИПОLAND, комбинирана и № 09455635НУПОLAND, комбинирана, с твърдението, че представляват поредица от марки. Сочи се, че е налице хипотезата на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО за отказ за регистрация на заявената марка.

Националната регистрация на марка с рег.№ 61321 - Х. Л., комбинирана е заявена на 15.11.2005г. и е регистрирана на 11.10.2007г. със срок на закрила до 15.11.2025г. за стоки от класове 3, 16, 18, 24, 25, 28 и 30 на МКСУ: клас 3 - препарати за избелване и пране; препарати за почистване, полиране, обезмасляване и шлифоване; сапуни; парфюмерия; етерични масла, козметика, лосиони за коса; средства за почистване на зъби; клас 16 - хартия, картон и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; печатни произведения; материали за подвързване на книги; фотографии; канцеларски принадлежности; канцеларски лепила и лепила за домакински цели; материали за художници; четки за рисуване; пишещи машини и канцеларско оборудване /с изключение на мебели/; учебни материали /с изключение на апарати/; пластмасови материали за опаковки /които не са включени в други класове/; печатарски букви; клишета; клас 18 - кожа и имитация на кожа и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; необработени

кожи, куфари и пътни чанти; чадъри, слънчобрани и бастуни; камшици, хапути и сарашки стоки; клас 24 - текстил и текстилни изделия, които не са включени в други класове; покривки за легла и маси; клас 25 - облекло, обувки, шапки и други принадлежности за глава; клас - 28 - игри и играчки; гимнастически и спортни артикули, които не са включени в други класове; украшения за коледни елхи; карти за игра; клас 30 - кафе, чай, какао, захар, ориз, тапиока, саго, заместители на кафе; брашно и произведения от зърнени храни, хляб, сладкиши и захарни изделия, сладоледи, мед, меласа; мая, бакпулвер; сол, горчица; оцет, сосове /подправки/; подправки; лед.

Марката на Европейския съюз № 11639879 - Н., словна е заявена на 08.03.2013г. и регистрирана на 12.07.2013г. със срок на закрила до 08.03.2023г. за стоки и услуги от класове 28, 35 и 39 на МКСУ; клас 28 - игри и играчки; гимнастически и спортни артикули, които не са включени в други класове; украшения за коледни елхи и други; клас 35 - реклама; управление на търговски сделки и други; клас 39 - транспорт, опаковане и съхранение на стоки и други.

Марката на Европейския съюз № 11319159 - Х., комбинирана е заявена на 05.11.2012г. и регистрирана на 18.04.2013г. със срок на закрила до 05.11.2022г. за услуги от класове 35, 39 и 41 на МКСУ;

Марката на Европейския съюз № 9455635 - Н., комбинирана е заявена на 18.10.2010г. и регистрирана на 11.03.2011г. със срок на закрила до 18.10.2020г. за услуги от класове 3, 12, 16, 18, 20, 24, 25 и 28 на МКСУ;

До заявителя и опонента са изпратени уведомления по чл.11, ал.1 от ЗМГО за образувано производство по опозиция и на страните е предоставен тримесечен срок за постигане на споразумение. След изтичане на срока за споразумение и поради това, че такова не е постигнато, заявителят е уведомен, че в срок от два месеца може да представи отговор по подадената опозиция. З. подал възражение /л.1262 и сл./ срещу опозицията на 22.03.2017г., за което опонента е уведомен по надлежен ред. Опонентът подал в ПВ становище по отношение на отговора на заявителя.

На 11.04.2018г. опозиционен състав на ПВ с решение на основание чл.38г., ал.9 от ЗМГО е отхвърлил опозицията като неоснователна във връзка с всички стоки и услуги от класове 28, 35 и 41.

Решението е съобщено на заявителя и опонента. На 11.07.2018г. в ПВ е регистрирана жалба срещу решението от 11.04.2018г. на опозиционния състав от [фирма]. Направено е искане решението да бъде отменено като неправилно, незаконосъобразно и необосновано.

Със заповед № 339/16.07.2018г., на основание чл.42 от ЗМГО, председателят на ПВ е назначил състав за разглеждане на жалбата /л.1258/. Съставът по спорове назначен за разглеждане на жалбата изготвил становище, според което жалбата срещу решение от 11.04.2018г., следва да бъде отхвърлена като неоснователна, а обжалваното решение да бъде потвърдено /л.1250 и сл./.

С процесното Решение № 169/07.05.2020г. на председателя на ПВ, на основание чл.75, ал.10, т.3 от ЗМГО е оставил без уважение жалба с вх. № 70098542/11.07.2018г. срещу решение от 11.04.2018г. на състава по опозиция, с което опозиция с вх. № 135890ХепиЛенд, словна, е отхвърлена като неоснователна. В правните изводи е прието, че в полза на опонента [фирма] са възникнали по-ранни права върху марки, че сравнението на стоките и услугите на марките сочи на идентичност на стоките и услугите от класове 28, 35 и 41 на МКСУ на процесната

марка и стоките и услугите от същите класове на по-ранните, противопоставими марки. Обусловен е извод за липса на концептуално сходство помежду им и е прието, че не може да се разглеждат смислово сходни, поради различна концепция и различното цялостно впечатление, което създават у потребителите. Решението е мотивирано с това, че с оглед изискването на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО за кумулативно наличие на идентичност или сходство между стоките или услугите на марките и на идентичност и сходство между самите марки, изводът е, че независимо от преценката за идентичност и сходство на стоките и услугите от класове 28, 35 и 41 на МКСУ, поради липсата на сходство между знаците, липсва вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване на заявената с по-ранната марка. Обсъдено е възражение на жалбоподателя във връзка с наличието на фамилия марки и повишена отличителност на по-ранните знаци, като фактори, повишаващи вероятността за объркване на потребителите. Органът се е позовал на решение на Съда по дело T-194/03г., потвърдено с решение от 13.09.2007г. по дело [C-234/06г.](#) и е приел, че за да се констатира, че възразяващият притежава семейство от марки се изисква използване на най-малко три марки, като минимален праг, а в случая знаците Н. „Х. L.“ не формират фамилия от марки, поради което не е необходимо да се представят доказателства за използването на всички марки от серията и да се установява, че заявената марка е сходна с марките от серията и притежава характеристики, които да позволят тя да бъде свързана с марките от серията.

Във връзка с разпоредбата на чл.12, ал.3 от ЗМГО е прието следното: предвид установеното, че между знаците на процесната и по-ранните марки на опонента не е налице сходство. Предвид изискването за кумулативност по чл.12, ал.3 от ЗМГО липсата на елемент от фактическия състав, води до извод за неприложимост на второто основание по опозиция, както правилно е приел опозиционният състав.

Оспореното решение е съобщено на жалбоподателя на 08.06.2020г.. Жалбата е подадена на 08.08.2020г..

За изясняване на фактите по делото съдът прие неоспорено от страните заключение на допуснатата съдебна експертиза /СЕ/, изпълнена от вещото лице В. Е.. Според заключението от анализа на визуалното, фонетично и смислово сходство на по-ранните марки Х. L. комбинирани Н. L. /словна с рег.№[ЕИК] и процесната заявена марка Н. L./ Х. Л. се установява, че двете марки са визуално сходни в ниска степен, фонетично сходни във висока степен и смислово сходни в средна степен. По ранните марки са регистрирани със защита и за класове 28, 35, 41. В тези класове е налице идентичност или сходство от много висока степен на стоките и услугите на противопоставените марки и заявената марка.

Според заключението марката е използвана непрекъснато от 2006 г. за цялата територия на Република България. Марката е оценена на 4366600 лева и е една от най-скъпите национални марки. Марката е рекламирана, представяна е и излагана на панаири. Марките Н. Е.[ЕИК] и Е.[ЕИК] Х. L. се ползват с известност на територията на Република България за търговия с детски стоки и играчки. Факторът известност на по-ранните марки увеличава вероятността за объркване на потребителя, че се касае за стоки и услуги предлагани за продажба от жалбоподателя, под негов контрол или с негово съгласие.

Съдът кредитира всички събрани по делото доказателства.

## ПРАВНА СТРАНА

Жалбата е процесуална допустима. Подадена е от адресат на акта и в законоустановения срок.

Разгледана по същество жалбата е основателна.

Оспореното решение е издадено от компетентен орган. Съгласно разпоредбата на чл.75, ал.12 от ЗМГО решенията по жалби срещу решения на състава по опозиции се вземат от председателя на Патентното ведомство или от оправомощен от него заместник-председател. В случая решението е взето от председателя на ПВ.

Решението съответства на предвидената в закона форма. Съдържа подробни фактически и правни мотиви и разпоредителна част.

Спазена е уредената в ЗМГО процедура. Проверена е допустимостта и формалната редовност на опозицията. Проведено е предвиденото в чл.38г от ЗМГО /отм. ДВ бр.98/13.12.2019г., в сила от 17.12.2019г./ производство. Следвана е и процедурата по чл.42, ал.2 и ал.3 от ЗМГО /отм./ - председателят на ПВ е назначил състав за разглеждане на жалбата, включващ двама държавни експерти и един юрист, а съставът е изготвил становище по жалбата на опонента срещу решението на експертизата.

Съгласно чл.12, ал.1 от ЗМГО когато е подадена опозиция съгласно чл.52, не се регистрира марка: т.1. която е идентична на по-ранна марка и стоките или услугите на заявената и на по-ранната марка са идентични и т.2. когато 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.

Установи се, а и страните не спорят, че съществува право върху марка, по-ранно от това на заявената от заинтересованата страна.

Опозицията е обоснована с наличие на хипотезата на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО. За да се прецени приложима ли е тази разпоредба и съответно да се откаже регистрация на марка на това основание, е необходимо да се определи дали е налице идентичност или сходство между по-ранната марка и заявената за регистрация марка, като в тази връзка се сравнят - визуално, фонетично и смислово двете марки. След това следва да се сравнят стоките и/или услугите, за които е регистрирана по - ранната марка и стоките и/или услугите, за които се иска регистрация на заявената марка и да се определи дали е налице идентичност или сходство между тях. След посоченото сравнение и ако е налице сходство, следва да се прецени дали съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване на заявената за регистриране марка с по-ранната марка.

В случая след анализ за визуално, фонетично и смислово сходство на по ранните марки Х. Л. комбинирани Н. Л. /словна с рег.№[ЕИК] и процесната заявена марка Н. Л./ Х. Л. се установява визуално сходство в ниска степен, тъй като словният елемент в комбинираната марка, макар и отличителен не е единствен елемент от марката, а словната марка е сходна на словният елемент на комбинираната.

При сравняване на двете марки Н. и Х., съгласно заключението на вещото лице се установява, че и двете марки имат по осем звука с еднаква дължина, звуците са идентични с изключение на звуците И – Е и О – И в първите части на думите при двете марки, като И-Е са сходни звуци /И преминава в Е и обратното/, а при звуковото

сравнение О-И няма сходство. Изложеното сочи, че двете марки са фонетично сходни в много висока степен, тъй като разликата е само в О-И които са в средата на словосъчетанието и се губят сред общото звуково сходство.

Относно смисловото сходство, предвид идентичността на елемента Л. – земя между двете марки следва да се приеме сходство, но в средна степен, тъй като не е налице сходство между началните думи на словосъчетанията - Х. – от гръцки малък, на английски се използва и за животното хипопотам, а Х. – от английски щастлив.

Процесната марка е заявена за стоки и услуги по клас 28,35 и 41 МКСУ. По-ранните марки са регистрирани със защита и за класове 28, 35, 41. В посочените класове е налице идентичност или сходство от много висока степен на стоките и услугите на противопоставените марки.

При така установеното сходство между марките и стоките и услугите на противопоставените марки следва да се прецени дали съществува вероятност за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване на заявената за регистриране марка с по-ранната марка. Вероятността за объркване на потребителите, която включва възможност за свързване с по-ранна марка, е създаването на погрешна представа за производителя или търговеца на стоките и/или услугите, тоест опасност потребителите да вярват, че стоките и/или услугите са на същите или икономически свързани лица (Решение СЕС, С-39/97, "С.", § 29). В случая процесната марка оставя впечатление, че се предлага от същия търговец, който предлага и по-ранно регистрираната марка. Релевантният кръг потребители са потребители на детски стоки – деца и техните близки. Тъй като по-ранните марки са първи на пазара на детските стоки и услуги, то те са и по-разпознаваемите. Те са разпознаваеми със своята визия и със словния си елемент Х.. При използване на процесната марка е налице вероятността за объркване, изразяващо се във вероятност за асоцииране с по-ранните марки. Това е така защото релевантният кръг потребители е в състояние да направи разлика между марките, но може да повярва, че означените с тях стоки /идентични или сходни/ произхождат от едно и също или икономически свързани лица. Съществува вероятност за заблуда на потребителя, тъй като марките са сходни до степен, която да доведе до вероятност от заблуда на потребителите и смесване на собствениците.

Предвид изложеното съдът намира, че са налице предпоставките на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО. Като е приел обратното органът не е приложил правилно материалния закон, което е основание за отмяна на оспорения административен акт.

Марките Н. Е.[ЕИК] и Х. Л. се ползват с известност на територията на Република България за услугите в клас 35 относно търговия с детски стоки, а известността и повишената отличителност увеличават вероятността от объркване. Със заключението на СЕ се установява над 15 годишна история на българската компания Х. АД, както и че Х. е

най-голямата в България верига детски хипермаркети, а лицето на тези хипермаркети е логото, имплементирано в три регистрирани марки, доминирани от словосъчетанието Х. Л. и зеленото хипопотамче, както и словната марка Н. Комбинираната марката на ЕС „Х.“ с №[ЕИК] се ползва с известност за услугите от клас 35: „групиране на стоки, в това число игри, играчки и дрехи (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; организиране, поддръждане и предлагане на стоки на трети лица за продажба чрез интернет, а именно детски игри и играчки, детски дрехи и детски храни“, а словна марка на ЕС „Н.“ с №[ЕИК] се ползва с известност за услугите от клас 35: “реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност и по-специално търговия на дребно и едро със стоки за деца; представяне на стоки с цел продажба на дребно чрез всички средства за комуникация“.

Представени са доказателства - фактури за печат на брошури и рекламни каталози, фактури за извършена реклама в радио и печатни издания, таблица за маркетинг и рекламни разходи, доклади от национални проучвания за разпознаваемост и пазарен дял на марките, сертификати за дарение, грамоти и сертификати за излъчване на реклами в телевизионен и радио ефир, които показват инвестиране на средства в рекламни бюджети и респ. допринасят за популяризирането на марки Х. и свидетелстват за разпознаваемост на марката. Марката е била рекламирана без прекъсване за периода 2010 – 2015 г.

Х. е един от лидерите на българския пазар в продажбата на детски стоки и играчки. В страната са отворени 25 магазина с площ от 500 до над 1500 кв.м. Функционира и удобен онлайн магазин. Магазините на Н. са в: С. – 9 обекта, по 2 във В., П., С. З. и Б., има магазини и във В. Т., Р., Х., П., С., П., Г. и Б.. В онлайн магазин Х. се намират над 20000 артикула за бебета и деца: играчки, дрехи, обувки, колички, превозни средства и други. В заключението на СЕ се сочи, че официална статистика за пазарния дял няма, но според вътрешни изчисления пазарният дял на "Х." в продажбите на играчки е около 30%. On-line магазинът Х. Л. е разработен от 2012г., посещаемостта е около 1 500 000 - 3 000 000 потребители за година и средно по 150 000 потребителя на месец, което е изключително голяма потребителска група, която е в допълнение на потребителите, които посещават магазините физически.

Репутацията на марките е налагана пред широка аудитория, чрез реклама и организирани събития, във вестници, списания, интернет, радио и телевизия, както и чрез документи от 2006 г.

Принципът, че по-ниската степен на сходство на марките се компенсира

от високото сходство и идентичност на стоките/услугите, за които се отнасят марките, е общоприет, поради това, че те ще се разпространяват в една и съща търговска мрежа, на вниманието на идентична потребителска група. Известността на по-ранните марки, собственост на Х. АД, е вече изградена и е възможно при появата на нов подобен бранд, потребителите да не обърнат особено внимание и автоматично да го асоциират с по-ранните марки.

Установяването, че по-ранната марка се ползва с известност за услугите от клас 35 предопределя прилагането на забраната на чл.12, ал.3 от ЗМГО, която предвижда кумулативно изпълнение на няколко условия: заявената марка да е идентична или сходна на регистрирана по-ранна марка, по-ранната марка, да се ползва с известност на територията на Република България, използването на заявената марка да извлича без основание облаги от отличителния характер или известността на по-ранната марка или да ги уврежда. Естеството на стоките и услугите на заявената марка е такова, че свързването от страна на потребителите на заявената марка с по-ранната е неизбежно и ще доведе до посочените от закона незаконосъобразно извличане на облаги и увреждане, с оглед на което и тази предпоставка е изпълнена.

Идеята за несправедливо облагодетелстване не се отнася до вреди, причинени на по-ранната марка, а до облагодетелстването от страна на трето лице, в резултат на използването на идентичен или сходен знак (Дело С-487/07 L. срещу В., параграф 49). В конкретния случай, с регистрирането на заявената марка нейният притежател се възползва от популярността, с която се ползва по-ранната марка в областта на услугите в клас 35 относно търговия с детски стоки - игри, играчки и дрехи. Чрез избора на знак, който словно е сходен на по-ранната марка, заявителят се стреми да бъде асоцииран с успеха на марката на жалбоподателя.

Разводняването, като тип увреждане възниква, когато използването на идентичен или сходен знак от трети лица води до намаляване на идентичността и схващането на потребителите за по-ранната марка. Това става, когато марката, която до един момент е предизвиквала незабавна асоциация за стоките или услугите, за които е регистрирана, на вече не може да предизвика подобна асоциация /в този смисъл решение на СЕС по дело С-252/07 I. С., параграф 29/. Или от начина, по който притежателят на по-късната марка би могъл да я използва, може да се предвиди, че ще последва подобно нарушение, притежателят на по-ранната марка не би следвало да е длъжен да чака това реално да стане, за да може да забрани споменатото използване /пар. 38/. Такова размиване на отличителността може да се случи и в процесния случай,



тъй като по-ранната марка се ползва с високо ниво на отличителност, което позволява да се формират асоциации за единен произход у потребителите. Използването на заявената марка за идентичните и сходните стоки, за които е заявена, води до увреждане отличителния характер на по-ранната марка, собственост на жалбоподателя, тъй като способността на по-ранната марка да предизвика незабавна асоциация с жалбоподателя и услугите, с които той е популярен, ще бъде понижена. Това би довело до намаляване на нейната идентичност и разпознаваемостта ѝ сред потребителите.

Опозицията е била основателна, а ответникът неоснователно е оставил без уважение жалба с вх.№70098542/11.07.2018г. срещу решение от 11.04.2018г. на състава по опозиция, с което опозиция с вх. № 135890ХепиЛенд, словна, е отхвърлена като неоснователна.

Предвид изложеното процесната жалба е основателна.

При този изход на спора основателна е претенцията на жалбоподателя за присъждане на разноски в размер на 450,00 лв., от които 400,00 лв. депозит за изготвяне на експертиза и 50,00 лв. за държавна такса.

Така мотивиран и на основание чл.172, ал.2 от АПК, СЪДЪТ

## Р Е Ш И:

ОТМЕНЯ Решение № 169/07.05.2020г. на председателя на Патентното ведомство на Република България, с което е оставена без уважение жалба вх. № 70098542/11.07.2018г. срещу Решение от 11.04.2018г. на състава по опозиции, с което опозиция с вх. № 1318822/17.02.2016г. срещу регистрацията на марка с вх. № 135890 Х., словна, е отхвърлена като неоснователна.

ВРЪЩА делото на Патентното ведомство като преписка, за постановяване на решение съобразно с мотивите на настоящото решение.

ОСЪЖДА Патентното ведомство на Република България да заплати на [фирма], със седалище и адрес на управление в [населено място], Столична община сумата 450,00 лв. разноски по делото.

Решението може да се обжалва с касационна жалба пред Върховен административен съд на РБ в 14-дневен срок от съобщаването му.

## СЪДИЯ: