

РЕШЕНИЕ

№ 25651

гр. София, 02.12.2024 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 30 състав,
в публично заседание на 30.10.2024 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Мая Сукнарова

при участието на секретаря Кристина Алексиева, като разгледа дело номер **1463** по описа за **2024** 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) във вр. с чл.84, ал.1 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).

Образувано е по жалба от „Център за градска мобилност“ ЕАД, подадена чрез упълномощения процесуален представител адв. Б. М., срещу решение № РС-205-[1]/29.11.2023 г. на председателя на Патентното ведомство на Република България, с което на основание чл.76, ал.7, т.1 от ЗМГО е оставено без уважение искането на жалбоподателя с вх. № BG/N/2018/150116-[11]/06.04.2022 г. за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 105235 СИНЯ ЗОНА, комбинирана.

С жалбата се твърди, че оспореното решение е необосновано и неправилно. Мотивите, с които административният орган определил като неоснователни изложените в искането за заличаване на регистрацията на атакуваната марка аргументи били непълни, неправилни и противоречащи си. Не било съобразено решение № 1863/18.02.2019 г. по адм. дело № 3282/2018 г. на Върховния административен съд, отнасящо се до понятието „обществен ред“. Обжалваният акт бил постановен и в противоречие с относимите правни норми. Иска се отмяната му. Претендира се присъждането на сторените по делото разноски.

Ответникът – председателят на Патентното ведомство в открито съдебно заседание чрез процесуалния си представител юрк. И. Г. оспорва жалбата като неоснователна. Моли същата да бъде отхвърлена, както и да му бъде присъдено юрисконсултско възнаграждение.

Заинтересованата страна – „БАССМАНИЯ-1” ЕООД, представлявано в открито съдебно заседание от пълномощника си адв. Н. Н., също оспорва жалбата и иска отхвърлянето ѝ поради нейната неоснователност. Моли да му бъдат присъдени разноски за адвокатско възнаграждение.

Софийска градска прокуратура не взема участие в производството по делото.

Административен съд – София град, второ отделение, 30-и състав, намира жалбата като подадена от надлежна страна, при наличие на правен интерес, срещу подлежащ на обжалване административен акт и в законоустановения двумесечен срок по чл.84, ал.1 от ЗМГО за процесуално допустима.

Разгледана по същество, жалбата е неоснователна.

От данните по делото се установява следното:

В Патентното ведомство на Република България е била регистрирана марка с рег. № 105235 СИНЯ ЗОНА, комбинирана, заявена на 28.03.2018 г., регистрирана на 18.04.2019 г. със срок на закрила до 28.03.2028 г. и защита за стоки и услуги от класове 25, 39 и 43 на Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ). Притежател на марката е „БАССМАНИЯ-1” ЕООД.

На 06.04.2022 г. на основание чл.36, ал.1 във вр. с чл.11, ал.1, т.6 и т.7 от ЗМГО до Патентното ведомство е подадено искане от „Център за градска мобилност” ЕАД, Общинско предприятие „Транспорт” – [община], Общинско предприятие „Паркиране и репатриране” – [община], „Общинско предприятие „Паркинги и гаражи” – [община] и Общинско предприятие „Общински пазари и паркинги” – [община] с вх. № BG/N/2018/150116-[11]/06.04.2022 г. за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 105235 СИНЯ ЗОНА, комбинирана за всички стоки и услуги от класове 25, 39 и 43 на МКСУ, за които е била регистрирана.

В искането е посочено, че регистрацията на процесната марка следва да бъде заличена, поради противоречието ѝ с разпоредби от Закона за движение по пътищата (ЗДвП), Закона за местното самоуправление и местната администрация (ЗМСМА), Закона за общинската собственост (ЗОС), Закона за пътищата (ЗП), както и с разпоредби от общински наредби, действащи на територията на Столична община, [община], [община], [община] и [община].

Във връзка с основанията по чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО е отбелязано, че словният елемент СИНЯ ЗОНА, от който се състои процесната марка, е нормативно определено понятие, като марката влизала в противоречие с установения нормативен ред, въз основа на който се осигурявала нормална организация и функциониране на почасовото платено паркиране в централните градски части на страната, който можел да бъде напълно възпрепятстван от маркопритежателя въз основа на предоставените му от закона изключителни права.

Във връзка с основанията по чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО с искането се твърди, че атакуваната марка въвежда в заблуждение потребителите относно естеството на всички стоки и услуги, за които е регистрирана, тъй като словният елемент СИНЯ ЗОНА бил нормативно определено понятие за почасово платено паркиране на улици, булеварди, площади и паркинги, които са публична общинска собственост, а понятието се използвало повече от 10 години и достигнало до над два милиона водачи на пътни превозни средства. Предвид това знакът СИНЯ ЗОНА носел информация относно естеството на услугата СИНЯ ЗОНА, предоставяна от местната власт при установен в закона ред. От своя страна, притежателят на процесната марка не бил лице по чл.99, ал.3 от ЗДвП и не можел да предоставя такива услуги. Това обуславяло

извод, че предоставяната от атакуваната марка информация била с невярно, заблуждаващо съдържание относно естеството на услугите, като означаването на процесните стоки и услуги със знак СИНЯ ЗОНА щяло да въведе потребителите им в заблуждение, карайки ги да вярват, че са свързани с услугата СИНЯ ЗОНА.

С тези аргументи молителите са поискали заличаването на основанията по чл.11, ал.1, т.6 и т.7 от ЗМГО на марката СИНЯ ЗОНА за всички стоки и услуги, за които е регистрирана.

С уведомление от 13.04.2022 г. на основание чл.76, ал.1 от ЗМГО вторият екземпляр на искането за заличаване е изпратен на притежателя на марката „БАССМАНИЯ-1” ЕООД, като му е указано, че в двумесечен срок от получаване на уведомлението има право да подаде възражение.

На 30.05.2022 г. е постъпило възражение от маркопритежателя, с което искането е оспорено като неоснователно. Във връзка с основанията по чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО маркопритежателят отбелязва, че при преценката дали една марка противоречи на обществения ред, предмет на изследване е марката сама по себе си, а поведението на притежателя ѝ след регистрацията ѝ е правно ирелевантно. Във връзка с това счита, че искателят не излага аргументи защо словният елемент СИНЯ ЗОНА сам по себе си нарушава обществения ред. Според него, този елемент не се асоциирал с нищо негативно, а асоциацията с „паркиране“ не се явявала несъвместима с обществения ред и добрите нрави. Законът за движение по пътищата не поставял изискване да бъде използвано понятието СИНЯ ЗОНА, а самото то било въведено и дефинирано в подзаконовни нормативни актове, които не дерогирали изключителното право на маркопритежателя, предвидено в чл.13 от ЗМГО. Обръща внимание, че ЗДвП предвиждал създаване на „зони за платено и безплатно паркиране в определени часове на денонощието“, но никъде не се посочвало, че това следва да бъде осъществено посредством понятието СИНЯ ЗОНА. Счита, че в случая не е налице нарушение на закона, доколкото нормативно не била предвидена никаква забрана да се използва процесният знак за каквито и да е стоки и услуги.

По отношение на забраната по чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО във възражението на маркопритежателя е посочено, че словосъчетанието „Синя зона“ не посочва никакви характеристики на стоките и/или услугите, доколкото същото било формирано по езиково необичаен начин и в същото време изразът сам по себе си бил двусмислен и марката щяла да се възприеме по множество различни начини. Дори да се приемело, че словният елемент предоставя информация за естеството, качеството, географския произход или други характеристики на стоките и/или услугите, то не бил налице вторият елемент от състава на чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО – информацията да е с невярно, заблуждаващо съдържание. Също така създаването, организацията и функционирането на почасово платено паркиране не била забранена от закона дейност, поради което можела да се предоставя и от него. При оценяване на това дали потребителите ще възприемат заблуждаващата информация еднозначно, следвало да се вземат предвид характеристиките на разглежданите стоки и услуги, пазарната действителност и навиците и възприятията на потребителите. Тъй като липсвало законово въведено изискване общинските зони за паркиране да бъдат обозначени със знак „СИНЯ ЗОНА“, то според маркопритежателя възприемането на знака нямало да е еднозначно и нямало да повлияе на потребителския избор. Нямало основание и да се допусне, че заявката за регистрация на процесната марка била подадена с намерение да заблуждава клиентите. В заключение маркопритежателят е поискал подаденото

искане да бъде отхвърлено като неоснователно.

Със заповед № 3-814-(1)/10.11.2023 г. на председателя на Патентното ведомство е образувано производство и е определен състав по спорове, който да разгледа искането и да изготви становище за вземане на решение по него.

Със становището по чл.76, ал.7, т.1 от ЗМГО е направено предложение да бъде оставено без уважение като неоснователно искането за заличаване регистрацията на марка с рег. № 155574 СИНЯ ЗОНА.

С оспореното решение № РС-205-[1]/29.11.2023 г. на председателя на Патентното ведомство на Република България на основание чл.76, ал.7, т.1 от ЗМГО е оставено без уважение искането на жалбоподателя с вх. № BG/N/2018/150116-[11]/06.04.2022 г. за заличаване на регистрацията на марка с рег. № 105235 СИНЯ ЗОНА, комбинирана, за стоки и услуги от класове 25, 39 и 43 на Международната класификация на стоките и услугите.

За да издаде акт с този резултат, административният орган е приел от правна страна следното:

След като е цитирал разпоредбите на чл.11, ал.1, т.6 и т.7 от ЗМГО и чл.6 *quinquies*, б., „в”, т.3 от Парижката конвенция за закрила на индустриалната собственост (ПК), които въвеждат като условие за възможността регистрацията на една марка да бъде заличена или отказана, противоречието на същата на морала или обществения ред, както и ако е от естество да въведе в заблуждение обществото, административният орган е констатирал, че нито в ПК, нито в ЗМГО се съдържа легална дефиниция на понятията „обществен ред“ и „добри нрави“ (морал). Поради липсата на изрично определение на тези понятия е приел, че техният смисъл следва да бъде извлечен от други нормативни актове и от смисловото съдържание, което се влага в общоустановения и говорим език. В този смисъл председателят на ПВ се е позовал на решение № 7/04.06.1996 г. на Конституционния съд по конституционно дело № 1/1996 г. и на определението, възприето и от Службата на ЕС за интелектуална собственост (СЕСИС) в дадените насоки за прилагането на абсолютните забрани за регистрация.

На следващо място органът е посочил, че преценката за регистрабилност на марката се базира на възприятията на разумно лице със средни прагове на чувствителност и толерантност, като се отчита контекстът, в който марката може да се използва във връзка със заявените стоки и/или услуги, конкретните обстоятелства и разбиранията на обществото като цяло, както и всички други уместни фактори, които допринасят за изясняване на общественото мнение.

Отчетено е също, че целта на чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО е да се предотврати предоставянето на изключително право върху марка, която подкопава основите на законността и морала, като разумното прилагане на тази разпоредба налагало постигането на баланс между правото на търговците да използват свободно думи, изрази или изображения като означения на предлаганите от тях стоки и услуги спрямо правото на обществеността да не се сблъсква с търговски знаци, които засягат техните морални ценности, чувства и установен обществен ред.

След като е установил, че словните елементи „СИНЯ ЗОНА“, включени в състава на процесната марка, се използват за обозначаване на обособена зона за паркиране в централните части на редица градове в България, чието създаване и функциониране се уреждало с нормативни актове, приети от съответните общински съвети, административният орган е приел, че това не води до окачествяване на този израз като противоречащ на обществения ред или добрите нрави по смисъла на чл.11, ал.1, т.6 от

ЗМГО, след като той, сам по себе си не влизал в такова противоречие. За да намери приложение забраната по чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО, следвало марката, разгледана като конкретно заявен/регистриран знак сам по себе си и във връзка със заявените стоки и/или услуги, да противоречи на обществения ред и/или добрите нрави. От посоченото значение на словните елементи СИНЯ ЗОНА, както и с оглед на буквалния смисъл на двете думи, такова противоречие не можело да бъде изведено, доколкото използваната словна комбинация не била обидна, вулгарна, аморална или по някакъв начин с такова неподходящо съдържание, което да предизвиква негативна обществена реакция. Предвид описателността и неотличителността на словните елементи СИНЯ ЗОНА на процесната марка по отношение на услугите „отдаване под наем на паркинги“ от клас 39, нейният притежател не можел основателно да се противопостави на използването им за дейностите, осъществявани от съответните общини, свързани с обозначаване на места за кратковременно платено паркиране със знак „СИНЯ ЗОНА“. С оглед на това, регистрацията на процесната марка не водела до създаване на монопол върху термина „СИНЯ ЗОНА“ по отношение на услугите, свързани с предлагане и предоставяне на паркомясто срещу заплащане.

По отношение приложимостта на чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО, председателят на ПВ е приел, че от съществено значение при преценката дали дадена марка попада под забраната на тази разпоредба е отговорът на въпроса дали знаците или означенията, включени в състава на марката, еднозначно ще накарат потребителите да очакват точно определена, привлекателна характеристика, каквато всъщност не е налице за дадена стока и дали тази характеристика ще бъде от особена важност при избора точно на тази стока. В конкретния случай, обстоятелството, че изразът СИНЯ ЗОНА е нормативно определено понятие, което дефинира услугата СИНЯ ЗОНА като предоставяна от специализирани звена на местната власт на територията на съответната община при установен в закона ред, не било релевантно към основанието по чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО. Предоставяната от марката информация сама по себе си не била с невярно, а оттам и със заблуждаващо съдържание по отношение на присъщото естество на услугите „отдаване под наем на паркинги“ от клас 39, за които марката била регистрирана, тъй като самото понятие се използвало в говоримия език за обозначаване на места за паркиране, което напълно съвпадало по предмет и с визираните услуги на марката. В този смисъл, услугите по предоставяне на паркомясто в рамките на обособена „синя зона“ се явявали частен случай на обобщеното понятие „отдаване под наем на паркинги“ от списъка на марката.

С оглед изложеното с обжалваното решение е прието, че не е налице вероятност потребителите да се заблудят относно естеството, качеството, географския произход или други характеристики на услугите „отдаване под наем на паркинги“ от клас 39, означени с процесната марка. Що се отнасяло до останалите стоки и услуги от класове 25, 39 и 43 на МКСУ, за които ползвала закрила процесната марка, съчетанието „СИНЯ ЗОНА“ не носело каквато и да е директна информация относно тяхното естество, качеството, географския произход или други присъщи характеристики, което само по себе си изключвало приложението на чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО.

По делото беше изслушана и приета съдебно-маркова експертиза, заключението по която съдът като обективно изготвено и съответстващо на останалите събрани по делото писмени доказателства кредитира изцяло. В заключението е посочено, че наименованието „Синя зона“ не

противоречи на изискванията на чл.11, ал.1, т.6 и т.7 от ЗМГО по отношение на услугата „отдаване под наем на паркинги” от клас 39, като по отношение на останалите услуги от клас 39 наименованието „Синя зона” отговаряло на изискванията на ЗМГО. Словосъчетанието „Синя зона” се явявало родово понятие по отношение на стоките и услугите „отдаване под наем на паркинги” от клас 39 на МКСУ. Словосъчетанието „Синя зона” не описвало качества или характеристики на стоките и услугите от клас 25, 39 и 43, но се явявало описателно и неотличително по отношение на услугите „отдаване под наем на паркинги” от клас 39. От представените по делото материали, както и от публично достъпната информация, която е ползвало, за да изготви заключението, вещото лице е направило извод, че терминът Синя зона е популярен и се свързва от потребителите с места за платено почасово паркиране, в резултат на нормативното му въвеждане, както и чрез функционирането му чрез органите на местно самоуправление в различни градове в страната. Услугата от клас 39 „отдаване под наем на паркинги”, за която услуга марката „Синя зона” е регистрирана била сходна на услугата „временна услуга по платено и безплатно почасово паркиране в Синя зона” в някои градове в страната. Останалите стоки и услуги, а именно от класове 25, 39 и 43 не били идентични или сходни на услугата „временна услуга по платено и безплатно почасово паркиране в Синя зона”.

При тези данни и след като извърши дължимата на основание чл.168, ал.1 от АПК проверка за законосъобразност на оспорения акт на всички основания по чл.146 от АПК, съдът приема от правна страна следното:

Обжалваното решение № РС-205-[1]/29.11.2023 г. е издадено от компетентен административен орган - председателят на Патентното ведомство в пределите на неговата материална и териториална компетентност, съгласно чл.76, ал.8 във вр. с ал.7, т.1 от ЗМГО.

Доколкото в специалния закон не са предвидени конкретни изисквания за форма на административния акт, следва да са били спазени регламентираните в чл.59, ал.2 от АПК. В случая обжалваното решение е издадено в писмена форма като съдържа всички задължителни реквизити, в това число и фактически и правни основания.

При издаване на оспорения акт не са допуснати и съществени нарушения на административнопроизводствените правила, които да съставляват самостоятелно основание за отмяната му. Административното производство е образувано по реда на чл.36, ал.4 във вр. с ал.1 от ЗМГО за заличаване на регистрацията на атакуваната марка. След положителна преценка за допустимост на искането, същото е разгледано по същество. Спазена е процедурата по уведомяване на притежателя на марката за

постъпилото искане за заличаването ѝ, като на същия е дадена възможност за подаване на възражение, съгласно изискванията на чл.76, ал.1, ал.2 и ал.4 от ЗМГО. След като е изяснил относимите към спора факти и обстоятелства, определеният по надлежния ред (чл.69, ал.4 от ЗМГО) състав по спорове е изготвил становище по чл.76, ал.7, т.1 от ЗМГО за вземане на решение за оставяне без уважение на искането за заличаване на регистрацията на марката. Въз основа на това становище е издадено и решение № РС-205-[1]/29.11.2023г. на председателя на Патентно ведомство.

Правилно е приложен и материалния закон.

Разпоредбата на чл.9, ал.1 от ЗМГО определя марката като знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и който може да бъде представен графично. 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. В чл.11, ал.1 от ЗМГО са изброени абсолютните основания за отказ за регистрация на марка. Доколкото пред административния орган от искателя са посочени и съответно обсъдени само основанията по т.6 и т.7 на посочения текст, разглеждането на спора и пред съда се ограничава само до приложимостта на тези основания. С т.6 на чл.11, ал.1 е предвидено, че не се регистрира марка, която противоречи на обществения ред или на добрите нрави. В приложното поле на цитираната норма попадат различни видове знаци, съдържащи елементи, които могат да предизвикат усещане у потребителите, че са нарушени основни обществени правила и морални принципи. Анализът се извършва от гледна точка на средния потребител, за който се предполага, че е сравнително добре информиран, умерено наблюдателен и внимателен при избора си на покупка.

Както правилно е отбелязано в решението на председателя на Патентното ведомство, в ЗМГО няма легални дефиниции на понятията „обществен ред“ и „добри нрави“, поради което техният приложим смисъл трябва да бъде този, с който те се използват в другите нормативни актове и в общоупотребимия български език. В Методическите указания по чл.11 от ЗМГО, утвърдени от председателя на Патентното ведомство, понятието „обществен ред“ е дефинирано като „базисните и надстроечните обществени отношения, свързани с икономиката, с функционирането на държавния апарат, с личността и правата на гражданите“, като „включва писаните и неписани норми на поведение, а именно: закони, подзаконови актове, обичайни правила на поведение и др.“ и има предвид „основните принципи на правопорядъка в държавата, посредством които се охраняват

основни ценности, зачитането на които следва да се осигури на всяка цена". Като „част от обществения ред са и възприетите в обществото „добри нрави". Видно от това тълкуване понятието „обществен ред" включва в съдържанието си „неписаните норми на поведение" и „добрите нрави". Това тълкуване е доста по-широко от съдържанието на понятието „обществен ред", дадено от Конституционния съд, от Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост и от Съда на Европейския съюз, и не съответства на съдържанието на чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО, доколкото обезсмисля изричното разграничение от законодателя на понятията „обществен ред" и „добри нрави".

В свое Решение № 7 от 04.06.1996 г. по конституционно дело № 1/1996 г., Конституционния съд (КС) разбира понятието „обществен ред" като „установеният с нормативни актове ред, който осигурява нормално спокойствие и възможност да се упражняват съответните граждански права". В същото решение, КС приема, че „добрите нрави" са „критерии за обществено благоприличие, установени в обществото с цел неговото съхраняване", като „водещ в това отношение е интересът да се поддържа нравственият интегритет на обществото". Общоприетите морални принципи са субективна категория ценности. Понятието е употребявано от законодателя освен в законите, свързани с интелектуалната собственост, така и в други закони като винаги е използвано като ограничение за упражняване на субективни права.

От април 2024 г. е утвърдена и влязла в сила хармонизирана практика по случаите за марки, които противоречат на обществения ред или на приетите принципи на добрите нрави - СР14. Първата публикация на проекта на тази практика е публикуван през месец октомври 2022 г., като страната ни се присъединява на 19.04.2024г. В посочената практика е дадено определение как трябва да се разбират понятията за обществен ред и приетите принципи на добрите нрави. Общественият ред следва да се разбира като набор от основни норми, принципи и ценности на обществата в Европейския съюз в даден момент. Понятието включва по-специално универсалните ценности на Европейския съюз, като човешко достойнство, свобода, равенство и солидарност, както и принципите на демокрацията и върховенство на закона, както е провъзгласено в Хартата на основните права на Европейския съюз. Приетите принципи на добрите нрави се отнасят до фундаментални морални ценности и стандарти, приети от обществото в Европейския съюз към даден момент. При анализите следва да се преценява самият знак *per se*, без да се вземат предвид стоките и/или услугите, за които е заявен. На анализ следва да се подложи връзката между стоките и

услугите и знака, както и възприемането от релевантния потребителски кръг. Заявените стоки и услуги трябва да бъдат анализирани, тъй като служат за идентифициране както на съответния потребителски кръг, така и на възприемане на знака от потребителите. След това се предоставя информация относно ключови принципи, свързани със съответната публика и нейното възприятие, включително някои елементи, които могат да окажат въздействие.

Преценката за наличие на нарушение на добрите нрави се свежда до това представлява ли конкретният знак действително нарушение на добрите нрави като силно обиден, вулгарен, дълбоко оскърбяващ или представляващ просто неуважителен или безвкусен, съответно ли е нарушението на обществения ред просто на смущение на обществения ред, което всяко нарушение на закона предполага, или е истинска и достатъчно сериозна заплаха за изискванията на обществения ред, която засяга основен интерес на обществото – решение от 29 септември 2004, *Falcon Sporting Goods AG*, R 176-2004-2, т. 15.

С оглед на разпоредбата на чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО предмет на преценката за наличие на нарушението на обществения ред и на добрите нрави е самата марка – нейните вътрешни качества, а не факти и обстоятелства, свързани с поведението на маркопритежателя – решение от 13 септември 2005 г., *Sportwetten*, T-140/02, EU: T: 2005: 312, т. 28; решение от 9 април 2003 година, *Durferrit*, T-224/01, EU: T: 2003: 107, т. 76; решение от 15 март 2018 г., *La Mafia Franchises*, T-1/17, EU: T: 2018: 146, т. 40. Този основен принцип е залегнал и в разпоредбата на чл. 6 *quinquies*, б. „в“, т. 3 от Парижката конвенция за закрила на индустриалната собственост, според който регистрацията на марка може да бъде отказана или заличена, при условие че тя противоречи на морала или обществения ред, и по-специално ако е от естество да въведе в заблуждение обществото, където още е посочено, че марката не може да се разглежда като противоречаща на обществения ред единствено поради това, че не е съобразена с някоя от разпоредбите на законодателството за марките, освен когато тази разпоредба сама по себе си се отнася до обществения ред.

Целта на чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО е да се предотврати изключително право върху марка, която подкопава основите на законността и морала. Разумното прилагане на тази разпоредба налага постигане на баланс между правото на търговците да използват свободно думи, изрази или изображения като означения на предлаганите от тях стоки и услуги спрямо правото на обществеността да не се сблъсква с търговски знаци, които засягат техните морални ценности, чувства и установен обществен

ред. Именно поради тези съображения законът е предвидил тези предпоставки като абсолютно основание за регистрацията на марки.

В случая, използваната словна комбинация СИНЯ ЗОНА очевидно не е обидна, вулгарна или по някакъв друг начин с такова неподходящо съдържание, което да предизвиква негативна обществена реакция или да може да се определи като аморална. Словният елемент СИНЯ ЗОНА сам по себе си не нарушава обществения ред, не се асоциира с нищо негативно, а асоциацията с предоставяне на места за платено почасово паркиране не се явява несъвместима с обществения ред и добрите нрави.

Искането за заличаване на марката от страна на оспорващия е мотивирано с разпоредбата на разпоредба на чл.99 от ЗДвП, по силата на която в населените места собственикът или администрацията, управляваща пътя, може да определи райони, пътища или части от пътища за зони за платено и безплатно паркиране в определени часове на денонощието, като тези места за паркиране трябва да бъдат обозначени с пътни знаци, пътна маркировка и надписи, чрез които на водача се указват условията за паркиране. Между страните не се спори, че с цел организиране на движението на транспортните средства на територията на Столична община с решение на Столичния общински съвет е приета Наредба за организация на движението на територията на Столична община (Наредбата). Съгласно чл.54 – чл.55 от Наредбата, на улици, булеварди, площади и паркинги - публична общинска собственост и други части от пътната инфраструктура, както и други терени - общинска собственост, се въвежда режим на почасово платено паркиране на ППС, обособен в две зони: „Синя зона“ и „Зелена зона“. Съдът споделя мотивите на административния орган относно релевантния кръг лица, които в случая не следва да се ограничават само до потенциалните потребители на стоките и услугите, за които е регистрирана атакуваната марка, но и до останалите представители на обществото, доколкото последните могат да се почувстват засегнати от нея. Както се посочва в Методическите указания на Патентното ведомство, разпоредбата на чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО намира приложение, когато марката е насочена пряко срещу основните обществени норми. В случая само по себе си словосъчетанието СИНЯ ЗОНА, от което се състои атакуваната марка, не противоречи на обществения ред, като съвкупност от писани и неписани правила за поведение, и добрите нрави, като морални ценности и стандарти. Обстоятелството, че в Наредбата за организацията на движението на територията на Столична община е предвидено словосъчетанието „Синя зона“ да очертава места за контролирано безплатно паркиране, по никакъв начин не би могло да определи марката като противоречаща на

добрите нрави и обществения ред.

При това съдът възприема като правилен извода на административния орган, че процесната марка не попада под забраната на чл.11, ал.1, т.6 от ЗМГО.

По отношение на твърдението на жалбоподателя за нарушение по чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО, съдът намира следното:

По силата на посочената норма не се регистрира марка, която може да въведе в заблуждение потребителите относно естеството, качеството, географския произход или други характеристики на стоките или услугите. Марката може да въведе в заблуждение потребителите, когато се състои изцяло от или включва елементи, които имат ясно изразено смислово значение, еднозначно възприемащо се като указание за определени свойства на стоките или услугите, които те не притежават. Съществено за реализирането на фактическия състав на разпоредбата е наличието на такъв отличителен, съществен елемент или характеристика, който обаче реално да не е налице и заради който потребителите да се ориентират към тази стока. Практиката на Съда на Европейския съюз е категорична, че заблудата трябва да е реална или поне да е налице сериозен риск за възникването ѝ.

В случая словосъчетанието „Синя зона” не посочва никакви характеристики на стоките и/или услугите, доколкото същото е формирано като словосъчетание от прилагателно и съществително име без конкретен смисъл. Изразът сам по себе си е двусмислен и марката може да се възприеме по множество различни начини (напр. може да се отнася до сектор на спортно съоръжение, фенове на спортен клуб, воден басейн, синьо небе, участък или зона от игрален терен, от игрална или работна дъска и т.н.). Вярно е, че най-разпространено сред определяемия релевантен кръг потребители е понятието именно за общински терени, отредени със съответните пътни знаци, табели и маркировка за почасово платено паркиране, но това не може да обоснове ползването на марката в противоречие със забраната на чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО. В този смисъл е и заключението на вещото лице в частта му, с която определя, че словосъчетанието „Синя зона” се явява описателно и неотличително по отношение на услугите „отдаване под наем на паркинги” от клас 39, че същото е популярно и се свързва от потребителите с места за платено почасово паркиране, както и че услугата от клас 39 „отдаване под наем на паркинги”, за която услуга марката „Синя зона” е регистрирана е сходна на услугата „временна услуга по платено и безплатно почасово паркиране в Синя зона” в някои градове в страната. Посоченото в заключението на СМЕ се отнася до основанията по чл.11, ал.1, т.2, т.3 и т.4 и чл.12 от

ЗМГО. Тук е мястото да се отбележи, че пред АССГ по жалба на „БАССМАНИЯ-1“ ЕООД е образувано адм. дело № 1920/2024 г. срещу решение № РС-204-1/28.11.2023 г., издадено от председателя на ПВ, с което е заличена регистрацията на марка с рег.№105235 Синя зона, комбинирана, за услугите „отдаване под наем на паркинги“ от клас 39 на МКСУ във връзка с основанията по чл.11, ал.1, т.2, т.3 и т.4 от ЗМГО. Производството по това дело обаче не е приключило с влязло в сила съдебно решение, поради което съдът не следва да го съобразява при разглеждане на настоящия спор.

Предоставяната от процесната марка информация сама по себе си не е с невярно, а оттам и със заблуждаващо съдържание по отношение на присъщото естество на услугите „отдаване под наем на паркинги“ от клас 39, за които марката е регистрирана, доколкото самото понятие се използва в говоримия език за обозначаване на места за паркиране, което напълно съвпада по предмет и с визираните услуги на марката. В този смисъл, услугите по предоставяне на паркомясто в рамките на обособена синя зона се явява частен случай на обобщеното понятие „отдаване под наем на паркинги“ от списъка на марката. От друга страна, обстоятелството кое лице е оправомощено по силата на законов или подзаконов нормативен акт да организира, управлява и контролира дейността по предоставяне на паркоместа в дадено населено място не е релевантно във връзка с основанието по чл.11, ал.1, т.7 от ЗМГО, тъй като това обстоятелство не е свързано и не е определящо по отношение на присъщите естество, свойства, качества или географски произход на тези услуги.

Изложеното дотук обосновава извод, че не е налице вероятност потребителите да се заблудят относно естеството, качеството, географския произход или други характеристики на услугите „отдаване под наем на паркинги“ от клас 39, означени с процесната марка. Според вещото лице, изготвило изслушаната и приета по делото СМЕ, останалите стоки и услуги от класове 25, 39 и 43 на МКСУ, за които ползва закрила процесната марка, съчетанието „СИНЯ ЗОНА“ не носи каквато и да е директна информация относно тяхното естество, качество, географски произход или други присъщи характеристики. Възможните асоциации с дейността по предоставяне на платено паркомясто в рамките на обособена „синя зона“ са твърде далечни и интерпретативни, за да се приеме, че марката носи някаква ясна и еднозначна информация за техни свойства и характеристики, а оттам, че тази информация освен това е и с невярно, заблуждаващо съдържание.

Основанието за заличаване на марката, ако тя въвежда в заблуждение

потребителите относно лицето, чиито са стоките или услугите е този по чл.12 от ЗМГО. Както се посочва в Методически указания за прилагане на чл.11 и чл. 12 от ЗМГО, вероятността от заблуда следва да се анализира от гледна точка на потребителите и може да възникне само когато знакът или означенията от които се състои изключително или включва в състава си марката, имат смислово значение което се възприема от потребителите като еднозначно указание относно естеството, качеството или географския произход на стоките или услугите, каквото в действителност не е налице. Безспорно в случая такова еднозначно указание липсва.

В заключение, липсват предпоставките за приложение на чл.11, ал.1, т.6 и т.7 от ЗМГО, поради което жалбата на „Център за градска мобилност“ ЕАД срещу решение № РС- 205 -[1]/29.11.2023 г. на председателя на Патентно ведомство на Република България е неоснователна и следва да бъде отхвърлена.

При този изход на спора и на основание чл.143, ал.3 от АПК в полза на ответника следва да бъде присъдено юрисконсултско възнаграждение в размер на 100 лв., определено съгласно чл.37, ал.1 от Закона за правната помощ и чл.24 от Наредбата за заплащането на правната помощ. Основателно е и своевременно направеното искане от процесуалния представител на заинтересованата страна за присъждане на направените от него разноски в размер на 400 лв., представляващи заплатено адвокатско възнаграждение, за които са представени доказателства за реалното им заплащане.

Водим от горното и на основание чл.172, ал.2 от АПК, Административен съд – София град, второ отделение, 30-и състав,

РЕШИ:

ОТХВЪРЛЯ жалбата на „Център за градска мобилност“ ЕАД срещу решение № РС-205-[1]/29.11.2023 г. на председателя на Патентното ведомство на Република България.

ОСЪЖДА „Център за градска мобилност“ ЕАД с ЕИК[ЕИК] да заплати на Патентното ведомство на Република България юрисконсултско възнаграждение в размер на 100 (сто) лева.

ОСЪЖДА „Център за градска мобилност“ ЕАД с ЕИК[ЕИК] да заплати на „БАССМАНИЯ-1“ ЕООД с ЕИК[ЕИК] сумата от 400 (четиристотин) лева за адвокатско възнаграждение.

Решението подлежи на обжалване с касационна жалба в 14-дневен срок от съобщаването му на страните пред Върховния административен съд.

Съдия: