

РЕШЕНИЕ

№ 4880

гр. София, 15.07.2022 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 38 състав,
в публично заседание на 15.06.2022 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Татяна Жилова

при участието на секретаря Елена Георгиева, като разгледа дело номер **4349** по описа за **2021** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Съдебното производство е по реда на чл.145-178 от Административно-процесуалния кодекс (АПК) във връзка с чл.84, ал.1, във връзка с чл.75, ал.12 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО).

Образувано е по жалба на дружеството „168 часа“ Е., ЕИК[ЕИК], със седалище и адрес на управление: [населено място], [улица], подадена чрез пълномощника му адвокат К. М., срещу Решение № РС-71-[1] от 23.02.2021г. на председателя на Патентното ведомство (ПВ) на Република България.

С оспорения административен акт е оставена без уважение жалбата на „168 часа“ Е. срещу Решение от 05.03.2019г. на състав на Отдела по опозиция на Патентно ведомство за отхвърляне на опозицията на жалбодателя с вх.№ 70092647/13.04.2018г. срещу заявката за регистрация на марка с вх.№ 147118/03.08.2017г. „plovdiv168.com“, словна, подадена от [фирма].

Жалбоподателят „168 часа“ Е. чрез процесуалните си представители адв.К. М. и адв. А. С. обжалва решението на председателя на ПВ като незаконосъобразно поради противоречие с материалноправните норми на чл.12, ал.1, т.2 и ал.3 от ЗМГО. Счита, че погрешно е прието, че между процесната марка и по-ранните марки визуалното и фонетичното сходство е само в ниска степен, тъй като органът се е съсредоточил единствено върху влиянието на техните различия върху потребителските възприятия, а не върху влиянието на приликите им. Счита, че погрешно е прието, че между процесната марка и по-ранните марки липсва смислово сходство, тъй като елементът „168“ безспорно е число и безспорно отразява броя на

часовете в една седмица, коетот е в концепцията на марката. Твърди, че между сравняваните марки е налице сходство в тяхната цялост. Твърди, че са неправилни изводите на органа относно вероятността от объркване между процесната марка и по-ранните марки, като неправилно са анализирани отделните фактори, водещи до вероятност за объркване; че са неправилни изводите относно липса на връзка между марките, която може да доведе до неоснователно облагодетелстване от известността и отличителността на по-ранната от тях. Поддържа, че противопоставените марки са визуално и фонетично сходни, както и че имат и концептуално сходство във висока степен. Искането към съда е решението на председателя на ПВ да се отмени. Заявена е претенция за разноски.

Ответникът – председателят на Патентното ведомство, чрез процесуалния си представител юрисконсулт Б. К., оспорва жалбата. Счита, че не са налице предпоставките на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО, тъй като липсва смислово сходство между двете марки и те създават различно общо впечатление. Претендира юрисконсултско възнаграждение. Прави възражение за прекомерност на адвокатското възнаграждение, заплатено от жалбоподателя.

Заинтересованото лице [фирма] не изразява становище по жалбата.

СЪДЪТ приема следното:

Жалбата е процесуално допустима.

Разгледана по същество, жалбата е основателна.

Установени факти:

Жалбоподателят „168 часа“ Е. притежава национална регистрация на марка с рег.№ 49066 „168 часа“, комбинирана, която се състои от съчетанието „168 часа“, изписано със стилизиран шрифт с цифри и букви на кирилица и масивен черен шрифт. Марката е регистрирана на 15.10.2004г. за стоки и услуги по Международната класификация на стоките и услугите (МКСУ) от следните класове: клас 35 – „реклама; on-line реклама в компютрна мрежа; публикуване на рекламни текстове; разпространение на рекламни материали; клас 38 - „информационни агенции, бюра по разпространение на печата; предаване на съобщения и образи с помощта на компютри; комуникация с помощта на компютърни терминали“; и клас 41 – „забавления, развлечения; образователни услуги; издаване на книги; on-line електронни публикации (без възможност да бъдат прехвърляни върху носител); организиране на конкурси (образование или развлечения)“.

Жалбоподателят притежава и национална регистрация на марка с рег. № 17534 „168 часа“, комбинирана, като се състои от черен правоъгълник, в който на бял фон е разположено съчетанието „168 часа“, изписано с цифрите 1,6 и 8 и букви на кирилица в масивен черен шрифт, като е подчертано с тънка черна линия. Горе в ляво до съчетанието „168 часа“ е поставен знакът за запазена марка. Марката е регистрирана на 30.03.1991г. за стоки и услуги по МКСУ от клас 16: „печатни изделия, вестници и периодични издания“.

Заинтересована страна [фирма] е заявила за регистрация марка с вх.№ 147118/03.08.2017г. за стоките и услугите от класове 35, 38 и 41 от МКСУ. Марката е словна. Състои се от словни елементи, изписани на латиница – думата plovdiv, цифрите 1, 6 и 8, след които е поставена точка и домейн името com.

Производството пред административния орган е започнало по опозиция с вх. № 7009647/13.04.2018г. на основание чл.12,ал.1, т.2 и ал.3 от ЗМГО, подадена от „168 часа“ Е., която се основава на двете по-ранни марки с № 49066 и с № 17534, срещу заявената марка. Опозицията е срещу всички стоки и услуги, за които е заявена по-късната марка от класовете 35, 38 и 41. Опонентът твърди, че заявената марка е сходна с по-ранните марки за идентични и сходни услуги в класове 35, 38 и 41, за които е заявена, със стоките и услугите в класове 16, 38, 35 и 41 на по-ранните марки, поради което съществува вероятност за объркване на потребителите, които могат да свържат заявената марка с по-ранните. Опонентът твърди, че по-ранната марка с рег. № 17534 – комбинирана, за стоките в клас 16 се ползва с известност на територията на Република България, и използването без основание на заявената марка за всички нейни услуги, заявени в класове 35, 38 и 41, би довело до несправедливо облагодетелстване от повишения отличителен характер на по-ранната.

Опозицията е разгледана по реда на чл.53 от ЗМГО от състав по опозиции. С Решение от 05.03.2019г. опозицията е отхвърлена като неоснователна.

Разгледано е повдигнатото основание по чл. 12, ал.1, т.2 от ЗМГО, като подробно е обсъдено наличието на идентичност или сходство на стоките и услуги по класове :

За заявените услуги от клас 35 „реклама“ е установено, че са идентични на услугите „реклама“ от същия клас на по-ранната марка с рег. № 49066, тъй като са формулирани с идентични термини. Има сходство между заявените услуги „текстообработка“ и „управление на компютърни файлове“ и стоките от клас 16 „печатни изделия, вестници и периодични издания“ на по-ранната марка с рег. № 17534, тъй като са част от процеса по подготовка на периодичните и непериодичните издания.

По отношение на услугите „управление на търговски сделки“, „търговска администрация“, „административна дейност“, „търговска информация“, „икономическо прогнозиране“ не е установено сходство със стоките и услугите от класове 16, 35, 38 и 41 от по-ранните марки на опонента, тъй като са от различно естество, насочени са към различни потребители, предлагат се от предприятия с коренно различен предмет на дейност, насочени са към различни потребителски кръгове, имат напълно различно естество и се предлагат по различни търговски пътища.

Установени са идентичност и сходство на заявените услуги от клас 38 „комуникации чрез компютърни терминали“, „информационни агенции“, „изпращане на съобщения“, „електронна поща“ на услугите „информационни агенции“, „предаване на съобщения и образи с помощта на компютри“, „комуникация с помощта на компютърни терминали“ от същия клас на по-ранната марка с рег. № 49066. За идентични са приети и услугите, посочени в по-ранната марка: „информационни агенции“, „бюра по разпространение на печата“, „предаване на съобщения и образи с помощта на компютърни терминали“ и обобщената категория на клас 38 „телекомуникации“, в която процесната марка е заявена.

Установена е идентичност на заявените услуги от клас 41 „образование“, „обучение“, „развлечение“, на услугите „развлечения“ и „образователни услуги“ от същия клас на по-ранната марка с рег. № 49066, както и идентичност на заявените услуги „информационни услуги в областта на развлеченията“ и услугата „развлечение“ на по-ранната марка.

Услугите на заявената марка „спортна и културна дейност“ са сходни на услугите на

по-ранната марка „забавления; развлечения“, тъй като могат да имат сходно значение да предоставят услуги с развлекателен характер. Съставът по опозиция е приел, че са налице идентични и сходни услуги на процесната заявка - „репортерски услуги“, „фоторепортажи“, „компютърна предпечатна подготовка“ с услугите от клас 41 на по-ранната марка - „онлайн публикуване на периодични издания“, „доставка на онлайн електронни публикации“, тъй като услугите на опонента попадат в обобщената категория на заявителя и е невъзможно да се направи ясно разграничение. Прието е, че горепосочените услуги са сходни в ниска степен на стоките от клас 16 „печатни издания, вестници и периодични издания“ на по-ранната марка с рег.№ 17534, защото репортерските и фоторепортерските услуги са неизменна част от процеса и етапите по изготвяне на едно издание.

За другата част от услугите не е намерено сходство.

По отношение на знаците съставът по опозиции е направил преценка за фонетично, визуално и смислово сходство, и е приел, че разглеждани в цялост, не са концептуално сходни. Относно визуалното сходство е прието, че разликите надделяват над единствената прилика – общият елемент 168. Фонетично знаците са частично сходни, доколкото сравняваните знаци съдържат числото 168. Смислово знаците също се различават, тъй като по-ранните марки създават недвусмислено семантично послание за „седмица, седмичник, седем дни в седмицата“, докато процесната марка „plovdiv168.com“ се асоциира на първо място с географски регион. Съставът по опозиции е обсъдил вероятността за объркване на потребителите, която се основава на отличителните и доминиращите елементи на марките. Приел е, че при процесната марка, тъй като е словна, доминиращ елемент не може да се определи. Отличителният ѝ характер се изразява в съчетанието „plovdiv168“. От друга страна, при по-ранните марка „168 часа“ с рег. № 49066 и „168 часа“ с рег.№ 17534 едновременно доминиращ и отличителен елемент е съчетанието „168 часа“. Отличителният характер на по-ранните марки се дължи на стилизираното изписване на словните им елементи, и следва да се приема като нормален.

Вероятността от объркване на потребителите е обсъдена и в контекста на това кои са релевантните потребители на стоките и услугите, за които са заявени марките. Съставът по опозиции е приел, че стоките от клас 16, за които е получила закрила по-ранната марка, са предназначени за широк кръг потребители на печатни издания, които се разделят на два вида според това дали са редовни читатели и такива, четящи от време на време. Едните влагат сравнително висока степен на внимание при покупка, докато при избора на вторите влияят различни фактори. Конфликтните услуги в класове 35 и 41 се избират от потребителите с повишена степен на внимание, тъй като са свързани с развитието на бизнеса им, или с важни аспекти от живота им. Услугите от клас 38 са насочени както към обществото като цяло, така и към професионалисти, следователно нивото на внимание варира от средно към високо.

Разгледана е повдигнатото основание по чл.12, ал.3 от ЗМГО, като съставът по опозиции е стигнал до извода, че голяма част от българското население към релевантната дата познава по-ранната марка „168 часа“ с рег. № 17534 в резултат на дългогодишното ѝ използване на територията на РБ за стоките от клас 16 „печатни изделия, вестници и периодични издания“. Това доказва, че по-ранната марка се ползва с известност към датата на заявяване 03.08.2017г. на атакуваната марка за стоките от клас 16. От друга страна, съставът по опозиции счита, че сходството между марката „168 часа“, ползваща се с известност, и заявената марка „plovdiv168.com“ не е

от такова естество и степен, че релевантните потребители да правят връзка между тях. Марката „168 часа“ е придобила известност и отличителност в нейната цялост и няма основание да се счита, че елементът 168 в състава ѝ сам по себе си е придобил самостоятелна отличителност, че неговото включване в състава на други знаци води до свързване с марката на опонента.

Решението е оспорено от „168 Ч.“ Е. пред председателя на ПВ. Жалбоподателят е изложил подробни съображения относно неправилността и незаконосъобразността на постановеното от опозиционния състав решение. Не споделя мотивите на състава по опозиции при достигане на заключението, че няма вероятност за объркване на потребителите. Счита, че е налице възможност за неоснователно облагодетелстване на заявителя от отличителния характер и известността на неговата по-ранна марка. Моли решението да бъде отменено, заявената марка, обект на опозиция, да бъде отказана изцяло.

Съставът по спорове, назначен от председателя на ПВ за изготвяне на становище, споделя извода на състава по опозиции относно наличието на идентичност и сходство между стоките и услугите на по-ранните марки и услугите на заявената марка. Споделя извода на състава по опозиции, че не е налице концептуално сходство между сравняваните марки, разглеждани в цялост, тъй като процесната заявка за марка „plovdiv168“ ще бъде възприета от потребителите като наименование на сайт, свързан с [населено място], докато смисълът на по-ранните марки може еднозначно да се определи като часовете, от които се състои една календарна седмица. Приема, че независимо от идентичността и сходството на част от услугите в класове 35 и 41 и всички услуги от клас 38 на марките в конфликт, в случая не е налице вероятност за объркване на потребителите, включваща възможност за свързване с по-ранните марки, т.е. не е възможно потребителите да повярват, че услугите произхождат от едно и също или от икономически свързани лица. Споделя извода, че сходството между марката „168 часа“, ползваща се с известност, и заявената марка „plovdiv168.com“ не е от такова естество и степен, че релевантните потребители да правят връзка между тях. Съставът по спорове е предложил жалбата срещу решението на опозиционния състав да бъде оставена без уважение.

На основание чл.75, ал.10, т.3 от ЗМГО председателят на ПВ е оставил жалбата без уважение, с което по същество е потвърдил решението на състава по опозиции.

В съдебното производство бе прието заключение по допуснатата съдебно-маркова експертиза, което се цени от съда като обективно, добросъвестно и компетентно. Вещото лице дава заключение, че между сравняваните знаци съществува визуално сходство в ниска степен поради стилизирания шрифт на по-ранните марки, който им придава отличителност. По отношение на фонетичното сходство вещото лице анализира приоритетно общия елемент 168, поради неотличителността на елементите „plovdiv“ – описателен елемент, насочващ към кръга потребители от пловдивския регион, и „.com“ – описателен елемент, насочващ към вида на предлаганата услуга чрез уеб мрежата. Според експертизата елементът „.com“ (произнасян „точка ком“) няма да бъде изобщо произнасян от потребителите поради липсата на отличителност и марката ще бъде произнасяна само като словосъчетанието „пловдив сто шейсет и осем“. Поради това, че разликата в по-късната марка е в неотличителните елементи, докато отличителният елемент е идентичен с по-ранната марка, вещото лице приема, че между сравняваните знаци

съществува фонетично сходство от средна към висока степен. Между сравняваните знаци съществува смислово сходство във висока степен. Описателните елементи „plovdiv“ и „.com“ се асоциират с характера на медията – интернет сайт, свързан с пловдивския район, докато цифрата 168 еднозначно се свързва с броя на часовете в една седмица и отразяват идеята да се предоставя информация за период от една седмица - това според експертизата обуславя висока степен на смислово сходство. Сравнявани в цялост, сходството на марките е от средна към висока степен. Изхождайки от признатия от ответника статут на по-ранната марка „168 часа“ на марка, ползваща се с известност, и предвид представените доказателства за степента на използване на марката, вещото лице дава заключение, че елементът „168“ е придобил повишена отличителност в резултат на използването му като част от по-ранната марка за стоките от клас 16: печатни изделия, вестници и периодични издания“. Повишената отличителност на елемента „168“ засилва сходството между марките и наред с идентичността и сходството на стоките и услугите влияе и върху вероятността от объркване на потребителите, като я завишава. Релеватният кръг потребители подхожда с нормална степен на внимание и това не оказва влияние върху вероятността от объркване, която предвид другите фактори остава висока. Заключение на експертизата е, че е възможно да протече процес на прехвърляне на имидж от по-ранната известна марка върху по-късната марка, тъй като марките споделят общ пазарен сегмент.

Правни изводи:

1. Решението е издадено от компетентния административен орган. Съгласно чл.75, ал.12 от ЗМГО, произнасянето по жалби срещу отказ за регистрация на марки е от компетентността на председателя на ПВ. Оспореното решение е издадено в установената писмена форма.

2. Оспореното решение е издадено при спазване на административнопроизводствените правила. В производството пред административния орган са спазени специалните правила за изготвяне на становище от специализиран състав по споровете. Надлежно са разменени книгата между заявителя и опонента, обсъдени са всички доводи, наведени от опонента в жалбата до председателя на ПВ.

3. Оспореното решение е постановено в противоречие с фактическото положение и с материалноправните разпоредби на закона.

3.1. По отношение на първото повдигнато основание

Разпоредбата на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО изисква кумулативното наличие на следните предпоставки: 1/искане на лице с правен интерес, притежател на по-ранна марка; 2/идентичност или сходство на двете марки; 3/идентичност или сходство на стоките или услугите, за които са регистрирани марките; 4/вероятност за объркване на потребителите, включително за свързване с по-ранната марка, с оглед ефекта на възприемане на сравняваните марки в тяхната цялост.

Противопоставените марки имат действие на територията на

България и са по-ранни от заявената. Страните не спорят по регистрацията на противопоставените марки и тяхната валидност. Безспорно е налице идентичност и/или сходство на част от стоките и услугите, за които се отнасят сравняваните марки – изводът на административния орган в този смисъл се подкрепя и от експертизата и се споделя от съда. Не е спорно също така, че по-ранната марка „168 часа“ се ползва с известност.

Правният спор се свежда до преценката за сходство на знаците и до съществуването на вероятност да се объркат потребителите, включително свързвайки стоките и услугите, предлагани с по-късната марка, с по-ранната марка.

Марките се сравняват в цялост като се отчита въздействието на съществените елементи, които придават отличителния характер на марките. Отличителната способност на марките е свързана с устойчивостта на човешкото възприятие. При закупуване на стоките или използване на услугата потребителят не разполага с възможност да сравни знака, поставен върху стоката, с регистрирания знак. Той разчита на запазеното в паметта му изображение на знака, което е обусловено от много субективни фактори. Но въпреки това съществува една неизменчивост на възприятието, която е обусловена от доминиращите елементи в марката. В комбинираните марки словният елемент е съществен, тъй като той се възприема и запомня най-лесно и влияе в най-голяма степен върху съзнанието на потребителите. Фигуративните елементи и защитените цветове подсилват отличителния характер на марката, като създават у потребителя траен образ, който те свързват с определена стока. При сравняването на словна и комбинирана марка основният акцент се поставя върху словните елементи в комбинираната марка, които придават отличителност на марката – именно те следва да бъдат сравнени със словната марка. Това следва от разширената защита на словните марки, които се считат защитени във всички цветове и във всички шрифтове и други начини на изписване. А както и от обстоятелството, че вариативното използване на комбинираната марка допуска използване само на отличителните елементи – по аргумент то чл.21, ал.3, т.1 от ЗМГО. В този смисъл е и разпоредбата на член 18 от Регламент (ЕС) 2017/1001, който приема за използване на марката и използването ѝ под форма, различаваща се от формата, под която тя е регистрирана, по елементи, които не променят отличителния характер на марката. Ето защо преценката за сходство на марките предполага да се извърши анализ на смисловата, фонетичната и визуалната близост на доминиращите словни елементи.

Доминиращ и отличителен елемент в заявената марка е словният елемент „168“, който се свързва с идеята на човека за часовата продължителност на една седмица. Тази идея е от особено значение за предлаганите с марките стоки и услуги, поради което концептуалното сравнение следва да се съсредоточи върху него, а не върху описателните елементи в заявената марка. Елементът „168“ има самостоятелно смислово значение, което е достатъчно разпознаваемо за обществеността на българския пазар. Съдът приема изводите на експертизата, че предвид известността на по-ранната марка и високата степен на смислово сходство, марките, сравнявани в цялост, са сходни в средна към висока степен

За преценка на вероятността от объркване трябва да се прецени въздействието на сходството на марките върху потребителите.

Релевантният кръг потребители са гражданите, за които като крайни клиенти са предназначени продуктите и услугите, за които е регистрирана по-ранната марка и е заявена по-късната марка, както и професионалните кръгове - производители и търговци на едро и дребно. По отношение на професионалния кръг потребители, които следят и познават пазара в рамките на професионалната си дейност, марката „168 часа“ е устойчиво понятие и не е в състояние да създаде вероятност от объркване. По отношение на средните потребители извън деловия кръг, следва да се отчете известността на словната марка „168 часа“, която се свързва с определени стоки услуги и с определен производител, съответно доставчик. При покупката на вестници, списания, печатни издания или ползването на електронни медии средният потребител подхожда с нормално внимание. Посещавайки сайта „plovdiv168.com“ средният потребител има очакване, че ще получи подобрена информация от собственика на марката „168 часа“ специално за пловдивския район

Законодателят дава защита на по-ранната марка само при съществуването на вероятност от объркване, без да поставя изискване за реализирането на тази вероятност. Предвид това, като се отчете сходството на стоките и услугите и сходството на доминиращото положение на елемента „168“ в заявената марка с по-ранните марки, възможността за объркване на потребителите е много вероятна.

Изложеното до тук обосновава извод, че с регистрацията на заявената марка ще се създаде вероятност от объркване на потребителите, включително чрез свързване с по-ранната марка. Налице са предпоставките на чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО за сходните стоки– като е приел обратното административният орган е постановил незаконосъобразен административен акт.

По отношение на заявените услуги „управление на търговски сделки“, „търговска администрация“, „административна дейност“, „търговска информация“, „икономическо прогнозиране“ не е установено сходство със стоките и услугите от класове 16, 35, 38 и 41 от по-ранните марки на опонента и за тях не са налице основанията по чл.12, ал.1, т.2 от ЗМГО за отказване на регистрацията.

3.2. По отношение на второто повдигнато основание по чл.12, ал.3 от ЗМГО

Марки, ползващи се с известност, могат да бъдат всички по-ранни регистрирани марки, които са популярни и имат добра репутация. Правното значение на известността се проявява в хипотезата на чл.12, ал.3 от ЗМГО, съответно чл.8, §5 от Регламент 2017/1001, и се състои в това, че се разширяват основанията за отказ на регистрация на идентичен или сходен знак, включително и за стоки и услуги, които са напълно различни от стоките и услугите, за които по-ранната марка е регистрирана. Смисълът на разпоредбата е да се охранява добрата репутация на по-ранната марка и да се изключи икономическото предимство, което по-късно регистрираната марка може да черпи от марката, ползваща се с известност. Марката, ползваща се с известност, може да се брани само по отношение на заявени по-късно

идентични или сходни марки, ergo и в тази хипотеза сходството на знаците има първостепенно значение.

В случая се установи, че знаците са сходни в средна към висока степен, следователно може да се прави преценка за известността на по-ранната марка и за това дали регистрирането на по-късно заявената марка би довело до несправедливо облагодетелстване от отличителния характер на по-ранната марка или дали би я увредило. В настоящия случай определянето на марката за ползваща се с известност има значение по отношение на тази част от стоките и услугите, за които не се установява идентичност или сходство. Съдебно-марковата експертиза дава заключение, че силната известност на по-ранната марка дава възможност тя да бъде експлоатирана и разпознавана и извън заетия пазарен дял, което съдът споделя напълно. Заявените услуги „управление на търговски сделки“, „търговска администрация“, „административна дейност“, „търговска информация“, „икономическо прогнозиране“ попадат в същия пазарен сегмент, към който се отнасят и стоките от клас 16, за които по-ранната марка е придобила известност. Така в съзнанието на потребителите е възможно да протече процес на прехвърляне на имидж от известната марка към по-късната марка и това да ги мотивира да ползват услугите, предлагани с по-късната марка – следователно е възможно по-късната марка да се облагодетелства несправедливо от репутацията на по-ранната марка. Следователно и по отношение на несходните стоки регистрацията на заявената марка е недопустима.

4.Оспореното решение противоречи на целта на закона да дава защита на по-ранните права, когато те са използвани реално и са добили известност.

Решението на председателя на ПВ е незаконосъобразно на основание чл.146, т.4 и т.5 от АПК . Подадената опозиция е основателна и регистрацията на заявената марка следва да бъде отказана.

По тези съображения оспореното решение се отменя, а преписката се връща на председателя на ПВ за разглеждане на заявката при спазване на задължителните указания по тълкуването и прилагането на закона, дадени с мотивите на настоящото решение.

Разноски:

При този изход на правния спор на основание чл.143, ал.1 от АПК разноските са в тежест на ответника.

Жалбоподателят претендира следните разноски: за държавна такса – 50 лева; за адвокатско възнаграждение - 2100 лева; за експертиза – 1250 лева, установени с преставени по делото платежни документи.

Предвид фактическата и правна сложност на делото и броя на проведените открити съдебни заседания, на всички от които пълномощниците на жалбоподателя са присъствали, възражението за прекомерност на адвотаското възнаграждение се отхвърля.

Направените по делото разноски в общ размер на 3400 лева следва да бъдат възстановени на жалбоподателя от бюджета на ПВ.

Така мотивиран и на основание чл. 172, ал.2 и чл.173, ал.1 от АПК
Административен съд София-град, 38-ми състав,

РЕШИ:

ОТМЕНЯ Решение № РС-71-[1] от 23.02.2021г. на председателя на Патентното ведомство.

ИЗПРАЩА преписката на председателя на Патентното ведомство за ново разглеждане съобразно мотивите на съдебното решение.

ОСЪЖДА Патентното ведомство да заплати на „168 часа“ Е. разноски в размер на 3 400 (три хиляди и четиристотин) лева.

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

СЪДИЯ: