

РЕШЕНИЕ

№ 8849

гр. София, 17.06.2024 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 23 състав,
в публично заседание на 03.06.2024 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Антоанета Аргирова

при участието на секретаря Емилия Митова, като разгледа дело номер **3040** 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 Административно-процесуалния кодекс (АПК), вр. чл.84, ал.1, предл.1-во от Закона за марките и географските означения (ЗМГО). С Решение № РС-45-[1]/16.02.2024 г., издадено от председателя на Патентното ведомство на основание чл. 75, ал. 1, т. 1 от ЗМГО е оставена без уважение жалба с вх. № ВГ/Н/2021/164923-[11]/ 18.04.2022 г. срещу решение от 25.03.2022 г., с което е постановен пълен отказ за регистрация на марка с вх. № 164923 „мини заем“, словна.

Решението е оспорено от заявителя на марката „Изи Финанс“ ЕООД с ЕИК[ЕИК], чрез процесуалния му представител юрк. А. Г., с искане за отмяната му, като незаконосъобразно. Наведеното в жалбата основание за оспорване е за противоречие с материалноправните норми-чл.146, т.4 от АПК. Осъществяването му е аргументирано с доводи, че обратно на приетото от органа, заявената марка е придобила отличителност по смисъла на чл.11, ал.2, вр. ал.1, т.2 ЗМГО и е годен обект за регистрация. Освен това се сочи, че вече веднъж е била регистрирана марката „минизаем“/“minizaem“, видно от Свидетелство за регистрация №83474/26.02.20134

година, приложено към жалбата.

В съдебно заседание пред АССГ, жалбоподателят не се представлява. Процесуалният представител на председателя на Патентното ведомство (ПВ)-юрк. С. оспорва жалбата и моли за отхвърлянето ѝ, както и за присъждането на юрисконсултско възнаграждение. В случай на неблагоприятен за ответника изход на спора, иска да бъде приложена нормата на чл.84, ал.5 ЗМГО и да не се присъждат разноси на жалбоподателя. Евентуално прави възражение за прекомерност относно размера на претендираното от жалбоподателя юрисконсултско възнаграждение.

Административен съд София- град, след като обсъди релевираните с жалбата основания, прецени събраните по делото доказателства и служебно, на основание чл.168, ал.1 от АПК, провери изцяло законосъобразността на обжалвания акт на основанията по чл.146 от АПК, намира следното от фактическа и правна страна:

От фактическа страна е безспорно между страните, а и от доказателствата по преписката се установява следното:

1. И. ФИНАНС“ ЕООД е подало на 23.12.2021 г. заявка за регистрация на марка с вх. № 164923 „мини заем“, словна за следните услуги от клас 36 на МКСУ: „финансови, парични и банкови услуги“.

2. Във връзка с възражение срещу предварителен отказ заявителят е представил с писмо вх. № ВГ/Н/2021/164923-[5]/14.02.2022 г. следните доказателства: екранни снимки на 40 бр. онлайн публикации в различни уебсайтове, чрез които същият рекламира предоставяните от него услуги; Файл в Е. с линкове към горните онлайн публикации - 40 бр.

3. С решение от 25.03.2022 г. на основание чл. 47, ал. 3 от ЗМГО във връзка с чл. 11, ал. 1, т. 2 и т. 4 от ЗМГО е постановен пълен отказ за регистрация на заявената марка с вх. № 164923 „мини заем“, словна, относно всички заявени услуги от клас 36 на МКСУ, а именно: „финансови, парични и банкови услуги“. Решението е мотивирано с изводи, че заявеното означение „минизаем“ се възприема ясно, еднозначно и без допълнителен мисловен анализ като „заем в малък размер“. В този смисъл заявената марка има указателен характер по отношение на заявените услуги от клас 36 и е заявена като словна, без да съдържа други съставни части, които да я направят отличителна. Изведени са изводи, че представените от заявителя доказателства не

установяват заявената марка да е придобила отличителност съгласно чл.11, ал.2 ЗМГО. Те установяват използването на заявения знак „минизаем“ като наименование на онлайн сайт, а заявената за регистрация словна марка „минизаем“ не е оформена като наименование на интернет страница. В част от доказателствата присъствала марката „минизаем“, но заедно с фигуративен елемент, а именно този фигуративен елемент ѝ придавал отличителност. В заключение е прието, че представените доказателства не установяват начина, по който потребителите възприемат заявената словна марка „минизаем“, а именно дали я възприемат като идентификатор, че заявените услуги произхождат от определено лице. Доказателствата за осъществената реклама били недостатъчни да покажат връзката между пазарния дял и рекламата от една страна и възприятията на потребителите от друга страна, във връзка с услугите от клас 36, за които е заявена марката „минизаем“

4. Решението е било оспорено пред председателя на ПВ, който със Заповед №3-11-[1]/04.01.2024 г. е определил състав за разглеждане на жалбата.

5. Становището на състава по спорове е за неоснователност на жалбата. По отношение осъществяването на фактическия състав за отказ по чл.11, ал.1, т.4 ЗМГО са изложени допълнителни доводи в подкрепа на извода, че значението на заявената словна марка „минизаем“ недвусмислено се свързва с малък по размер заем. Посочено е още, че марката може да се възприеме и като наименование на едно по-малко сериозно задължение от обичайното. Това тълкуване на смисловото значение произтичало пряко от речниковото значение на словните елементи, от които заявената марка се състои. То без всякакво затруднение щяло да бъде възприето от потребителите. Словният знак не се състоял от специфични юридически или финансови термини, нито от чуждици с малко известно значение, а от думи, които са обичайно използвани в разговорната реч и добре познати. В контекста на заявените услуги процесната марка дава ясно и недвусмислено указание на потребителите за предоставяните услуги-свързани със заем/и (разговорно за кредит). Първата дума „мини“ не променя съществено описателността на заявения словен знак, тъй като посочва размера на заема-много малък по размер, не твърде сериозно задължение.

По отношение осъществяването на фактическия състав по чл.11, ал.1, т.2 ЗМГО е акцентирано, че указателният характер на марката, осъществяващ основанието по

чл.11, ал.2, т.4 води до осъществяването и на основанието по т.2-липса на отличителен характер на заявената марка. Ограничението не е отпаднало защото не е установено претендираното от заявителя изключение по чл.11, ал.2 ЗМГО-марката да е придобила отличителност по отношение на стоките и услугите, за които е заявена. В тази връзка е изложено, че понятието „придобита отличителност” характеризира случаите, в които марка, която първоначално не е притежавала присъща или е притежавала ниска степен на отличителност, вследствие на използването си е придобила висока степен на отличителност по отношение на стоките и/или услугите, които означава. По този начин, знакът е в състояние да отличи тези стоки и услуги от стоките и услугите на други предприятия, тъй като те се възприемат като произхождащи от конкретно предприятие. Определен е и релевантният период на изследване-до подаването на заявлението за регистрация на процесната словна марка „минизаем“-23.12.21 г., тъй като това е датата към която марката трябва да може да бъде регистрирана. От тази дата заявената марка при регистрация ще се ползва със закрила, съответно това е датата за определянето на приоритета на една марка спрямо друга, поради което марката трябва да може да бъде регистрирана именно към тази дата.

Посочено е, че преценката по чл. 11, ал. 2 ЗМГО е обща и се състои в отчитането на определен набор от критерии като: пазарен дял на марката; степен на интензивност, географско разпространение и продължителност на използване на марката; средствата, вложени в рекламни кампании, популяризиращи марката; частта от потребителите в съответния пазарен сектор, която ще идентифицира стоките и/или услугите, означени с марката, с конкретно предприятие.

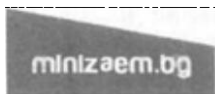
Извършен е анализ на доказателствата, приложени от заявителя към писмо с вх. № VG/N/2021/164923-[5]/14.02.2022 г.- екранни снимки на общо 40 броя онлайн публикации в различни уебсайтове, чрез които заявителят рекламира предоставяните от него услуги, както и допълнително файл в Е. с линкове към същите публикации. Периодът, в който са датирани публикациите е от 18.08.2015 г. до февруари 2022 г. Има и публикации, които не са датирани или са след датата на заявяване на процесната марка, но информацията в тях съответства на тази в датираните публикации от релевантния период и по същество не се различава, а потвърждава данните от последните. Публикациите датирани след датата на подаване

на заявката са само 5 на брой от общо 40 и като цяло могат да послужат като доказателство, че популяризирането на процесната марка продължава и след нейното заявяване за регистрация.

Посочени са уебсайтовете, на които е публикувано съдържание във връзка с процесната марка, както и самото съдържание- кратки информационни статии относно възможностите да се получи бърз кредит, в малък размер, кратки срокове и изцяло онлайн чрез платформата на уебсайта www.minizaem.bg. Изложено е, че в няколко от статиите се посочва, че уебсайтът MiniZaem.bg е платформа за бързи, онлайн кредити на физически лица, създадена от И. Финанс (<https://izbiram.bg/>, <https://www.creditibg.bg>). В същите е посочено и това, че Мини Заем е небанкова кредитна институция, която не разполага с офисна мрежа, но създава удобни условия за кандидатстване на територията на цялата страна, изцяло онлайн, за малък бърз кредит.

В повечето публикации е посочено и това, че MiniZaem.bg или Мини Заем съществува на пазара в сферата на микрокредитирането през последните 7-10 години. Посочени са в няколко източника като кредитна организация, която „вече 8 години е в топ 5 на предпочитаните компании за бързо кредитиране в страната“ и „според кредитния калкулатор на Izbiram.bg, който безпристрастно сравнява всички разходи по бързите кредити онлайн предоставяни от 7 - 8 водещи кредитни компании в България, Мини Заем заема лидерската позиция като компания, която предоставя най-изгодни условия за кредити на равни вноски изтеглени за период от 9, 10, 11 и 12 месеца. Според калкулатора на Izbiram.bg небанковата организация е в топ 3 и на кредитните компании, които предоставят кредити, изтеглени за от 2 до 8 равни месечни вноски.“ Въз основа на публикациите съставът е обосновал извод, че в тях е използвано с цел реклама словосъчетанието „Мини Заем“, както на кирилица, така и на латиница в наименованието на уебсайта MiniZaem.bg (www.minizaem.bg). Това словосъчетание е използвано и като словен елемент в няколко комбинирани знака - тип лого, в част от публикациите, а именно:





Обосновал е извод че заявената марка е била използвана регулярно, за период от 6 години преди датата на заявяване, в интернет рекламни публикации за популяризиране на уебсайта www.minizaem.bg, администриран от заявителя „ИЗИ ФИНАНС“ ЕООД. Няма данни обаче до какъв брой потребители реално е достигнала рекламата на посочения уебсайт и предлаганите чрез него услуги. Публикациите твърдят наличие на пазарни позиции на кредитна институция, популяризирана под името „Мини Заем“, в сферата на микрокредитирането - отпускане на бързи кредити за малки суми на физически лица, без никакви данни обаче за реално осъществени услуги по предоставяне на кредити и за сключени договори през платформата на уебсайта www.minizaem.bg, нито за реализирана печалба от дружеството-заявител. Изложил е, че при преценката за придобита отличителност не се оценява финансовия успех или маркетинговата стратегия на заявителя, но е необходимо да бъде доказано по ясен и категоричен начин до каква част от релевантните потребители на предлаганите услуги, обозначени с процесната марка, е достигнала рекламата на тези услуги, съответно че същите тези потребители разпознават тази марка като отличителен знак за конкретните услуги. В заключение е приел, че въз основа на представените от заявителя доказателства не може да се направят обосновани изводи относно придобития пазарен дял във връзка с предоставянето на услуги на интернет сайта www.minizaem.bg в сферата на микрокредитирането, интензитета на използване на заявената марка „мини заем“ като словен знак и популярността на знака сред потребителите, независимо че са налице данни за регулярна реклама на уебсайта.

6. Председателят на ПВ е възприел становището на състава по спорове в мотивите към оспореното пред съда решение.

7. В съдебното производство е приет приложения към жалбата електронен носител (CD), който съдържа 51 звукови файла с телефонни обаждания, които започват: „Обаждам се от И. Финанс минизаем“ и касаят

потвърждаването на сключването на договори за заем. Дата на сключване на договора не се съобщава, но от срока за връщане на заем е установимо, че повечето са за сключване на договори след релевантния период-след заявката на процесната марка на 23.12.21 г. Отделно се съдържат и текстови съобщения от имейли на сайта www.minizaem.bg - уведомления за превеждане на суми по сключени договори, за одобряване на заеми, за просрочия по погасяването, за нови пароли, за 1-ва регистрация, а някои съдържат следния текст: „няма тема“ От общия брой-167 текстови съобщения-31 попадат в релевантния период, 25 („ив-ив24“) са изпратени до един същ потребител: г-жа Б..Приложени са и две справки от Централния кредитен регистър, без връзка с относимите факти по делото.

При тези данни и след като жалбоподателят не се съобрази с указаната му доказателствена тежест и с предоставената му с определението за насрочване на делото възможност в 14-дневен срок бъдат да посочени и/или ангажирани допълнителни доказателства (извън съдържащите се в преписката и приложенията към жалбата), вкл. чрез съдебно-маркова и техническа експертиза (предвид приложения към жалбата диск с твърдения за аудиозаписи и имейл кореспонденция) или възлагане на социологическо проучване, съдът приема, че обосноваването с доказателствата по преписката изводи в административното производство не са опровергани. 3. не е ангажирал доказателства, които да позволят непочиващ на предположения извод за придобит пазарен дял във връзка с предоставянето на услуги на интернет сайта www.minizaem.bg в сферата на микрокредитирането, интензитета на използване на заявената марка „мини заем“ като словен знак и популярността на знака сред потребителите в релевантния период-до 23.12.2021 г.

Видно от приложеното в съдебното производство свидетелство за регистрация на марка, твърдението на жалбоподателя, че словна марка „минизаем“ вече веднъж е била регистрирана съответства на действителното положение. Марката е била заявена от дружеството жалбоподател на 19.12.2011 г., регистрирана е на 26.02.2013 г., а срокът ѝ на действие е

изтекъл на 19.12.2021 г. Същата марка-процесната е заявена отново от дружеството на 23.12.21 г.

При тези фактически установявания съдът обуславя следните правни изводи:

Преценката за допустимост на жалбата е осъществена с определението от з.з. на 11.04.24 г. за насрочване на делото в съдебно заседание и не е налице изменение на обстоятелствата, което да налага повтарянето ѝ от съда.

Разгледана по същество, жалбата е неоснователна.

Оспореният административен акт е издаден от компетентен орган-председателя на ПВ. Компетентността му произтича от чл.84, ал.1, предл.първо ЗМГО. Спазени са предвидените от закона ред и форма. Р. е мотивирано, а установените по делото факти осъществяват приложените от органа основания за постановления от него отказ за регистрация на заявената марка-чл.11, ал.1, т.2 и т.4, като не е налице изключението по чл.11, ал.2 ЗМГО.

С оглед на твърденията в жалбата, спорните по делото въпроси са свързани с наличието на основанията за отказ по смисъла на чл.11, ал.1, т. 2 и т.4 от ЗМГО, а основно- с липсата на изключението по чл.11, ал.2 ЗМГО.

Съгласно чл.11, ал.1, т. 2 и т.4 от ЗМГО не се регистрира марка: която няма отличителен характер; която се състои изключително от знаци или означения, които указват вида, качеството, количеството, предназначението, стойността, географския произход, времето или метода на производство на стоките, начина на предоставяне на услугите или други характеристики на стоките или услугите.

Съгласно трайната съдебна практика и маркова доктрина, марката е отличителна, ако тя може да изпълнява своята основна функция да гарантира произход на стоките и услугите пред потребителя, позволявайки му без възможност за объркване да различи стоките и услугите от други такива, които имат друг произход. Марката трябва да разграничи стоките или услугите като произхождащи от дадено предприятие.

Означенията, изброени в чл.11, ал.1, т.4 от ЗМГО представляват тъй

наречените описателни знаци. Описателни марки са тези, които ограничават себе си да предават информация по отношение на стоките и услугите, за които се иска регистрация. Анализите се базират на обичайното значение на думата или изображението само за себе си, както се описва в речници, уеб-сайтове, както и специална терминология в бранша. Не се търси дали значенията са очевидни за релевантните потребители на съответните стоки или услуги, а е необходимо терминът действително да се използва или да има очакване да се използва в описателен вид. За да се откаже регистрацията на марка по чл. 11, ал. 1, т. 4 от ЗМГО, е достатъчно обичайният и общоприет смисъл на елементите, от които се състои, да служи за назоваване на характеристики на стоките и/или услугите и да е възможно използването им за такива цели от всички търговци. Поради това регистрацията на марка трябва да бъде отказана съгласно тази разпоредба, ако поне едно от нейните възможни значения обозначава характеристика на съответните стоки и/или услуги. Защитеният чрез въведената забрана за регистрация обществен интерес е да не се дават изключителни права върху чисто описателни термини, които и други търговци искат да използват, без да е необходимо да се доказва такава употреба в действителност. У. характер на марката винаги се преценява във връзка със заявените стоки и/или услуги и от гледна точка на начина на възприемане на знака от средния потребител, който е добре информиран, достатъчно наблюдателен и съобразителен при вземане на решение за покупка.

В тази връзка обосновани са изводите на решаващия орган, че съгласно библиографските данни на процесната марка, същата е заявена като словен знак, състоящ изцяло от думите „мини заем“. Думата „мини“ с изписване на кирилица на английската дума „mini“, която има следните значения: „1. къса пола; 2. къса (за дължина на пола); 3. много по-малък по размер или сериозност от обичайното“, съгласно онлайн речник на К. (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/mini>); още- миниатюрен; дребен. Действително тези значения на думата „мини“ следва да се приемат за добре познати на българския потребител, доколкото се използват обичайно за дрехи (мини

пола), техника-миникалкулатор, миникомпютър, мини автомобил; известни анимационни герои (Мини М.) и др.

Думата „заем“ е съществително от мъжки род на български език и има следните значения: „1. Задължение (във вид на парични суми, вещи и под.) при точно определени условия за връщане. Б. кредит, който се отпуска чрез договор на предприятие, стопанска организация или на частно лице за посрещане на определени разходи; 2. Сума, която се дава или получава като задължение“, съгласно онлайн речник на Института за български език „Професор Л. А.“ към Българската академия на науките.

Доколкото думата „мини“ е изписана преди думата „заем“, която е съществително, то първата дума е определение към втората дума, т.е. думата „мини“ се възприема в значението ѝ на прилагателно, а именно: „много по-малък по размер или сериозност от обичайното“. Съответно по отношение на заявените услуги от клас 36 „финансови, парични и банкови услуги“, правилно е прието в оспореното решение, че знакът съдържащ словните елементи „мини заем“ ще се възприеме от потребителите като ясно указание, пряко свързано с конкретни характеристики на горепосочените услуги, а именно вида на услугите и размер, в който се предоставя предмета на услугите.

Тези изводи на органа по същество не се оспорват от жалбоподателя с конкретни доводи. Всъщност основното защитно твърдение на жалбоподателя, с което оспорва осъществяването на фактическите състави на чл.11, ал.1, т. 2 и т.4 от ЗМГО е сведено да допуснатата предходна регистрация на същата марка на същото дружество за услуги от същия клас на МКСУ-36, чието действие към момента на подаване процесната заявка е било изтекло (вероятно поради пропускане на срока по чл.65 ЗМГО да се поиска подновяване /продължаване на регистрацията). Краткият отговор на този довод е, че ако веднъж органът е приложил неправилно закона (същата забрана е действала и в отм. ЗМГО) и е допуснал регистрацията на указателна марка, не че означава следва да повтори допуснатата грешка. Точно обратното е всъщност-органът е длъжен да приложи правилно закона при новото си произнасяне.

Правилни са и изводите на ответника, че не е налице изключението по чл.-11, ал.2 ЗМГО. Съгласно същия разпоредбите на ал. 1, т. 2, 3 и 4 не се прилагат, когато марката в резултат на употреба е придобила отличителност по отношение на стоките или услугите, за които е заявена.

Следователно за да е законосъобразен отказът за регистрация на марка в хипотезата на чл. 11, ал. 1 ЗМГО е необходимо освен 1.заявеният знак да няма отличителен характер и/или да се състои изключително от знаци или означения, станали обичайни в говоримия език или в установената търговска практика в Република България по отношение на заявените стоки или услуги и/или да се състои изключително от знаци или означения, които указват вида, качеството, количеството, предназначението, стойността, географския произход, времето или метода на производство на стоките, начина на предоставяне на услугите или други характеристики на стоките или услугите и 2. марката да не е придобила отличителност по отношение на съответните стоки и услуги вследствие на използването ѝ от заявителя.

Съгласно трайната съдебна практика отличителният характер на дадена марка означава, че тази марка позволява да се установи стоката/услугата, за която е поискана регистрация, като произхождаща от определено предприятие и следователно тази стока/услуга може да бъде различена от стоките/услугите на останалите предприятия. Този отличителен характер следва да се преценява от една страна, от естеството на стоките/услугите, за които се иска регистрацията, а от друга страна, от гледна точка на възприемането им от съответните потребители. В тази връзка за извеждане на правилен извод, че потребителите възприемат предлаганите услуги от клас 36 във връзка с процесната марка, при нейното реализиране, следва да бъде съобразен начинът ѝ на използване и в какъв вид е станало това. В случая от приложените от доказателства се установява, че заявената марка е била използвана регулярно за период от 6 години преди заявката, в интернет рекламни публикации за популяризиране на уебсайта www.minizaem.bg, администриран от заявителя „ИЗИ ФИНАНС“ ЕООД. Нито в административното, нито в съдебното производство обаче заявителят

представи доказателства за броя потребители, до които е достигнала рекламата на посочения уебсайт. Действително в съдебното производство бяха представени файлове със звукови записи и изпратени по имейл съобщения, от които може да се предположи сключването на договори чрез платформата на уебсайта www.minizaem.bg. Тяхната достоверност обаче от една страна не е проверена, а от друга-броят им в релевантния период е твърде недостатъчен, за да се приеме, че релевантният кръг потребители на предлаганите услуги разпознават марката „минизаем“ като отличителен знак за конкретните услуги. Жалбоподателят не ангажира, въпреки даденото му указание доказателства, които да позволяват да бъде направен обоснован извод, че с осъществената реклама и предоставянето на бързи кредити чрез платформата на уебсайта www.minizaem.bg е придобил пазарен дял и марката е била разпознаваема от релевантните потребители и то към датата на подаване на заявлението за регистрацията й-23.12.2021 г.

Марката следва да бъде използвана в съответствие с основните си функции, така че да запази или създаде значителен пазарен дял за тези услуги. Основната функция на марката е тя да гарантира на потребителя произхода на услугите, като му позволява без вероятност от объркване да разграничи тази услуга от друга с друг произход и собственик. Регистрацията на една търговска марка в реалните икономически и пазарни отношения, освен че създава нов обект на изключително право, има и самостоятелно икономическо значение. То се изразява в нейната стойност, определена чрез много фактори, най-важните между които са: период на съществуване на пазара, територия на реализация на стоката/услугата, активност на възприемане, отличимост, възможност за запомняне и др. Реалното използване на дадена марка не може да почива на вероятности или предположения, а трябва да се основава на обективни и конкретни доказателства за действителното и достатъчно използване на марката на съответния пазар (Решение на Първоинстанционния съд от 12 декември 2002 г. по дело К. К. Ф. /СХВП-Н. (Н.), Т-39/01, Р., стр. II-5233). Представените от заявителя доказателства трябва да установяват, че значителна част от

съответния клас лица разпознават стоките/услугите като произлизащи от дадено предприятие, което да се дължи именно на марката. В допълнение, доказателствата трябва да показват, че значителна част от потребителите счита марката за идентифицираща съответните стоки или услуги на дадено предприятие, тоест че използването на марката е създадо връзка в съзнанието на релевантния кръг потребители със стоките или услугите на конкретно дружество, независимо от факта, че на разглеждания знак му липсва отличителен характер сам по себе си (Решение по дела С-0108/97 & С-0109/97 „Chiemsee“, точка 45).

В случая заявителят не е представил доказателства за множество реализирани договори чрез платформата на уебсайта www.minizaem.bg продажби, пазарен дял, интензивност, обхват и продължителност на използването на марката в релевантния период-до 23.12.2021 година.

По тези съображения съдът намира, че правилно председателят на ПВ е приел, че не са налице условията за прилагане на изключението по чл.11, ал. 2 ЗМГО и регистрацията на заявената марка следва да бъде отказана.

Оспореното административно решение съответства и на целта на закона- да не се допускат изключителни права върху марки, които не могат да осъществяват основната си функция- отличителната, като гарантират произхода на стоките и услугите пред потребителя, позволявайки му без възможност за объркване да различи стоките и услугите от други такива, които имат друг произход.

Изложеното обуславя крайния извод на съда, че при издаването на оспореното решение не са осъществени основанията по чл.146 АПК и неоснователната жалба следва да бъде отхвърлена.

При този изход на спора и на основание чл.143, ал.3, вр.чл.37 от Закона за правната помощ и чл. 24 от Наредбата за заплащането на правната помощ, своевременно заявеното искане от пълномощника на ответника за присъждане на юрисконсултско възнаграждение следва да бъде уважено, което при съобразяване с вида и количеството на извършената дейност и проведеното по делото едно съдебно заседание съдът определя в размер на

150 лева.

Мотивиран така и на основание чл.172, ал.2, предл.5-то и чл.143, ал.3 АПК, Административен съд София-град, Второ отделение, 23-ти състав

Р Е Ш И:

ОТХВЪРЛЯ жалбата на „Изи Финанс“ ЕООД с ЕИК[ЕИК] срещу Решение № РС-45-[1]/16.02.2024 г., издадено от председателя на Патентното ведомство на основание.

ОСЪЖДА „Изи Финанс“ ЕООД с ЕИК[ЕИК] да заплати на Патентното ведомство 150 (сто и петдесет) лева, разноски по делото.

Решението може да бъде обжалвано чрез Административен съд София-град пред Върховния административен съд на РБ в 14-дневен срок от съобщаването му на страните.

Решението да се съобщи на страните чрез изпращане на преписи от него.

СЪДИЯ: