

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 24.01.2022, поданное индивидуальным предпринимателем Захарьиным В.А., Россия (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020771796, при этом установила следующее.

Обозначение «Давай поженимся» по заявке № 2020771796 с приоритетом от 15.12.2020 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 33, 35 классов МКТУ.

Роспатентом 24.09.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020771796 в отношении всех заявленных товаров и услуг. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается следующим.

Согласно сведениям из сети Интернет заявленное обозначение тождественно названию российской телепередачи «ДАВАЙ ПОЖЕНИМСЯ», которая транслируется на «Первом канале» с 28 июля 2008 года (см. <https://www.red->

red.ru/projects/talk-show/davai-pozhenimsya; <https://www.1tv.ru/shows/davay-pozhenimsya/o-proekte>; <https://www.1tv.com/announce/5904>).

Экспертиза отмечает, что сведения об известности обозначения «ДАВАЙ ПОЖЕНИМСЯ» в качестве названия телепередачи не носят единичный характер. При оценке сведений, полученных из сети Интернет, экспертизой были проанализированы, как отдельные данные, так и результат поискового запроса в целом, то есть учитывалась степень насыщенности Интернет-пространства такой информацией. Так, указанная информация представлена на различных сайтах сети Интернет, что подтверждается поисковыми системами Яндекс и Гугл. (см. например [https://www.youtube.com/c/davay\\_pozhenimsya/about](https://www.youtube.com/c/davay_pozhenimsya/about); <https://davay-pozhenimsya-tv.ru/>; <https://liveam.tv/davaj-pozhenimsya.html>).

Также, экспертиза отмечает, что при запросе в поисковой системе Яндекс слов «давай поженимся» (<https://yandex.ru/>) результаты о телевизионной передаче «ДАВАЙ ПОЖЕНИМСЯ» являются первыми.

Таким образом, регистрация заявленного обозначения, название которого воспроизводит наименование широко известной, на территории Российской Федерации, телевизионной передачи, на имя индивидуального предпринимателя Захарьина Валерия Анатольевича, будет вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги) на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение тождественно товарному знаку «ДАВАЙ ПОЖЕНИМСЯ!», зарегистрированному под № 468870, с приоритетом от 19.09.2011, на имя ООО «КРАСНЫЙ КВАДРАТ», 127427, Москва, ул. Академика Королева, 12, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 24.01.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- телепередача «ДАВАЙ ПОЖЕНИМСЯ», наряду с подобными: «Холостяк», «Дом-2», «Пусть говорят» и так далее является развлекательным постановочным шоу, рассчитанным на определенную категорию зрителей. Такие телепередачи не

являются известными в Российской Федерации произведениями искусства, выпуски таких передач - результат обычной профессиональной деятельности с точки зрения съемочного ремесла;

- «услуги съемочной группы по созданию выпусков передачи» относятся к услугам 41 класса МКТУ, в том числе к услугам «передачи развлекательные телевизионные», однако, заявитель не оказывает услуги 41 класса МКТУ, а занимается выпуском товаров 33 класса МКТУ и оказанием услуг, связанных с введением их в гражданский оборот;

- отказ в регистрации заявленного словосочетания на основании пункта 9 статьи 1483 Кодекса является безосновательным, поскольку заявленное словосочетание не имеет отношение к искусству;

- название «Давай поженимся» не придуманы создателями телепередачи и сами по себе они никакого отношения к произведению искусства не имеют;

- нельзя утверждать, что телевизионная передача «Давай поженимся» является известной;

- заявленные услуги 35 класса МКТУ, касающиеся бизнеса, торговли, рекламы товаров 33 класса МКТУ, не являются однородными услугам 35 класса МКТУ, приведенным в перечне противопоставленной регистрации, поскольку у потребителя не создается представление о принадлежности их к одному изготовителю услуг.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (15.12.2020) поступления заявки №2020771796 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной

регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

Согласно положению пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «Давай поженимся», выполненное буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров и услуг 33, 35 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения показал, что словесный элемент “Давай поженимся” представляет собой слоган, содержащий предложение вступить в брак, создать союз, заключенный с соблюдением определенных правил, установленных законом (<https://ru.wiktionary.org/>).

Таким образом, семантика заявленного обозначения “Давай поженимся” носит фантазийный характер по отношению к заявленным товарам и услугам, поскольку ассоциативно связана с созданием семьи, отношениями между мужчиной и женщиной готовыми вступить в брачные отношения. Из этого следует, что само по себе рассматриваемое обозначение “Давай поженимся” не несет в себе никакой информации о товаре или его производителе, которая могла бы дезориентировать потребителя.

Что касается доводов экспертизы о том, что заявленное обозначение тождественно названию российской передачи “Давай поженимся”, транслируемой на “Первом канале” с 28.07.2008 (см. [https://www.red-red.ru/projects/talk-show/davai-pozhenimsya](https://www.red-red.ru/projects/talk-show/davai-pozhenimsya;); <https://www.1tv.ru/shows/davay-pozhenimsya/o-proekte>; <https://www.1tv.com/announce/5904>), в связи с чем регистрация заявленного обозначения на имя заявителя способна ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и лица, оказывающего услуги, коллегия отмечает следующее.

Анализ информации, размещенной в сети Интернет, показал, что задолго до даты приоритета заявки №2020771796 обозначение “Давай поженимся” было известно среднему российскому потребителю как название одноименной телепередачи, вещание которой производилось на общероссийском федеральном канале – “Первом канале”.

Согласно общедоступной информации из сети Интернет (<https://ru.wiktionary.org/>, <https://www.formula-advert.ru/>) “Первый канал” вещает из Москвы, штаб-квартира находится в телецентре «Останкино», на улице Академика Королёва, 12. Позиционируется как главный телеканал страны. Помимо территории России, вещание «Первого канала» распространяется за пределы страны (международная версия — «Первый канал. Всемирная сеть»). Член Европейского вещательного союза. На канале работает 2443 сотрудника (по состоянию на 2015 год). «Первый канал» входит в первый мультиплекс цифрового телевидения России. Помимо версии для московского часового пояса, «Первый канал» имеет десять временных дублей для вещания на восточные и западные регионы России, транслируемых через спутник. Вещанием «Первого канала» проходит за рубежом и охватывает весь мир. “Первый канал” является одним из лидеров самых известных каналов России, на долю которого выпадает наибольшее количество зрителей. Во многом это связано с трансляцией рейтинговых программ, ориентированием на широкую аудиторию, возрастом от 6 до 70 лет.

Свадебное ток-шоу “Давай поженимся”, как было указано выше, выходит в эфир “Первого канала” с 28.07.2008. Производство телепередачи осуществляется студией спецпроектов (Дирекция социально-публицистических программ) “Первого канала” и компанией “Красный квадрат”. Программу ведут известные телеведущие Гузеева Л.А., Сябитова Р.Р. и другие. В 2009 году программа получила премию ТЭФИ в номинации “Развлекательная программа. Образ жизни”, Гузеева Л.А. стала лауреатом премии ТЭФИ в номинации “Ведущий ток-шоу”.

На основании вышеуказанных сведений, коллегией было установлено, что до даты подачи заявителем заявки №2020771796 средний российский потребитель был осведомлен о наличии телепередачи “Давай поженимся”, свадебного ток-шоу, выходящего на “Первом канале” (<https://www.1tv.ru/shows/davay-pozhenimsya>, [ru.m.wikipedia.org](http://ru.m.wikipedia.org)).

Таким образом, популярность и известность указанной телепередачи позволяет утверждать, что заявленное обозначение “Давай поженимся” при

маркировке заявителем заявленных товаров и услуг способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и оказываемых услуг. Сведений об обратном заявителем не представлено.

Коллегия отмечает, что в отношении заявленных товаров 33 класса МКТУ, относящихся к алкогольным напиткам, и связанных с ними услуг 35 класса МКТУ по продвижению и рекламе алкогольной продукции, заявленное обозначение, тождественное названию известной телепередачи, в сознании потребителей будет восприниматься как имиджевая продукция, связанная с репутацией телепередачи «Давай поженимся».

Таким образом, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение в отношении всех заявленных товаров и услуг 33, 35 классов МКТУ не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Что касается приведенного в возражении мнения заявителя о том, что заявленное обозначение соответствует пункту 9 статьи 1483 Кодекса, то коллегия отмечает, что данный довод не рассматривается в рамках рассмотрения настоящего возражения, поскольку мотивом для отказа в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке №2020771796 послужило несоответствие рассматриваемого обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Относительно несоответствия заявленного обозначения положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия указывает следующее.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №468870 представляет

**Давай поженимся!**

собой словесное обозначение «», содержащее словесные элементы “Давай поженимся”, выполненные буквами русского алфавита стандартным шрифтом и восклицательный знак в конце обозначения.



Сопоставительный анализ сходства словесного элемента «Давай поженимся» заявленного обозначения и словесного противопоставленного товарного знака «Давай поженимся!» по свидетельству №468870 показал следующее.

Сравниваемые словесные элементы сопоставляемых обозначений характеризуются высокой степенью сходства, обусловленной включением в их состав фонетически и семантически тождественного словесного элемента «Давай поженимся». Исполнение сравниваемых словесных элементов стандартным шрифтом буквами русского алфавита в одну строку позволяет признать сопоставляемые обозначения сходными по графическому критерию сходства.

В отношении однородности заявленных услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, содержащихся в перечне противопоставленного товарного знака, коллегией было установлено следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ “агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; демонстрация товаров; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям (информация потребительская товарная); исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными

предприятиями; посредничество коммерческое (обслуживание); предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами); услуги субподрядные (коммерческая помощь)” и услуги 35 класса МКТУ “абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских книг; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам штата сотрудников; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; обслуживание секретарское; обслуживание стенографическое; организация выставок в

коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; представление товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров [для третьих лиц]; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; работы машинописные; распространение образцов; распространение рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; тестирование психологическое при найме на работу; управление гостиничными делами; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов на покупки; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядчика [управление коммерческое]; услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов]; фотокопирование; экспертиза деловая” противопоставленного товарного знака по свидетельству №468870 являются однородными, поскольку либо содержат тождественные позиции услуг, либо соотносятся друг с другом как род-вид, являются взаимодолжными, имеют одинаковый круг потребителей, могут оказываться одними и теми же предприятиями и организациями.

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров/услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сопоставляемых обозначений и однородность услуг, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сравниваемых обозначений.

Вместе с тем для установления нарушения достаточно опасности, а не реального смешения сравниваемых обозначений обычными потребителями соответствующих товаров/услуг, в связи с чем вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака и об однородности вышеуказанных услуг 35 класса МКТУ, является достаточным основанием для вывода о несоответствии заявленного обозначения для услуг 35 класса МКТУ пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.01.2022, оставить в силе решение Роспатента от 24.09.2021.**