

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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 16.02.2026, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "ПромДорТранс", Омская область, город Омск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024757950, при этом установила следующее.

Приятель покойника

Обозначение « » по заявке №2024757950 подано 28.05.2024 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42 классов МКТУ.

Роспатентом 20.10.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024757950 . Данное решение обосновано заключением по результатам экспертизы, согласно которому установлено следующее.

Входящий в заявленное обозначение словесный элемент «ПОКОЙНИКА» (р.п. от «покойник» - умерший человек, труп человека; см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/953418>) в силу своей семантики может вызывать у потребителя негативные ассоциации, и тем самым регистрация заявленного обозначения с данным словесным элементом противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали, носит антиобщественный характер на основании пункта 3(2) статьи Кодекса.

Под общественными интересами подразумевается публичный порядок, основы правопорядка, под принципами гуманности и морали – основополагающие идеи в области реализации человеческих интересов и ценностей, моральные требования, выработанные в сознании общества. Таким образом, к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, можно отнести обозначения, представляющие или включающие в свой состав словесные элементы, которые могут вызвать возмущение членов общества на основе общепринятых норм морали.

Доводы заявителя относительно того, что входящий в заявленное обозначение словесный элемент «ПОКОЙНИКА» имеет иное семантическое значение, экспертиза считает несостоятельными, поскольку приведенные заявителем значения слова «ПОКОЙНИК» не являются общеупотребимыми, в то время как, чаще всего, данное слово используется именно в значении «тело умершего человека, умерший человек, мертвец» (см., например, интернет-сайты [https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/219906/%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%BA](https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/219906/%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%BA;); <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/130108/%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%BA>; <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/953418>; <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/169830>; <https://dic.academic.ru/dic.nsf/dmitriev/3817/%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%BA>; <https://ideographic.academic.ru/3422/%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%BA>).

Таким образом, поскольку основной функцией товарного знака является индивидуализация товаров и услуг, а именно, формирование и усиление их привлекательности путем рекламирования товаров и услуг с помощью средств радио, телевидения, сети Интернет и т.п., то регистрация заявленного обозначения, включающего в свой состав словесный элемент «ПОКОЙНИКА», в качестве товарного знака, может вызвать у потребителей негативные ассоциации, поскольку будет ассоциироваться со смертью.

На основании вышеизложенного и согласно пункту 3 статьи 1483 Кодекса заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 16.02.2026 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 20.10.2025.

Доводы возражения сводятся к следующему.

По мнению заявителя, норма пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса представляет собой исключительное основание: которое применяется, когда само существование обозначения наносит вред конкретному общественному интересу. В оспариваемом решении не названа категория лиц, чьи чувства затронуты. Согласно п. 6 Обзора СИП (утвержденным Постановлением президиума от 20.09.2024 № СП-22/17, дело СИП-891/2022) одних «негативных ассоциаций» недостаточно для применения данного основания для отказа.

По мнению заявителя, обозначение не проанализировано в целом, так как учтено только слово «покойник» отдельно, без учёта ироничной стилистики и связи с услугами 35, 38, 41, 42 классов МКТУ, где игровые названия — обычная практика.

Согласно доводам возражения, «ПРИЯТЕЛЬ ПОКОЙНИКА» — устойчивое образное сочетание, оксюморон (несочетаемость «живого» и «мёртвого»), а не буквальное указание на труп. Слово «покойник» — общеупотребительное, нормативное, без пометки «бранное». В массовой культуре тематика смерти routinely обыгрывается в юмористическом ключе. Само слово не оскорбляет память умерших и не содержит кощунства.

Заявителем также приведена регистрационная практика в отношении
КОЛЫБЕЛЬ,
СВАДЬБА Черная
товарных знаков « **И МОГИЛА** », « **Смерть** », «СМЕРТЬ ЖАЖДЫ»,
«ШОКОЛАДНАЯ СМЕРТЬ», «ЛИПКАЯ СМЕРТЬ» по свидетельствам № 165860,
526436, 1171988, 340899 и др.

Заявитель ссылается на судебную практику, согласно которой Роспатент обязан доказать, что значительная часть публики воспримет знак негативно: OPIUM (СИП-569/2024), «Иди в баню» (СИП-232/2024), «Арзамас 16» (СИП-651/2024), SUPER POPA № 709358 по заявке № 2016736883.

На основании изложенного в возражении содержится просьба об отмене решения Роспатента от 20.10.2025 и регистрации обозначения по заявке №2024757950 в качестве товарного знака в отношении сокращенного перечня товаров и услуг:

09 - обеспечение программное для компьютерных игр, записанное; обеспечение программное для компьютеров, записанное; обеспечение программное прикладное загружаемое для виртуальных сред; одежда виртуальная загружаемая; элементы графические, загружаемые для мобильных телефонов; эмодзи, загружаемые для мобильных телефонов; файлы звуковые загружаемые для звонков мобильных телефонов; файлы изображений загружаемые; файлы музыкальные загружаемые; файлы цифровые музыкальные загружаемые, аутентифицированные невзаимозаменяемыми токенами [NFT]; файлы цифровых изображений загружаемые, аутентифицированные невзаимозаменяемыми токенами [NFT]; фильмы мультипликационные; флэш-накопители USB; книги электронные; киноплёнки экспонированные; картриджи для видеоигр; компакт-диски [аудио-видео]; носители звукозаписи; носители информации магнитные; носители информации оптические; платформы программные компьютерные, записанные или загружаемые; принтеры беспроводные портативные для использования с ноутбуками и мобильными устройствами; принтеры билетные; принтеры компьютерные; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; приложения компьютерные загружаемые для чеканки

невзаимозаменяемых токенов [NFT]; программы для компьютеров, записанные; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров, записанные; публикации электронные загружаемые; терминалы для выдачи билетов, электронные; терминалы интерактивные с сенсорным экраном.

16 - альманахи; баннеры бумажные; бейджи именные [офисные принадлежности]; брошюры; буклеты; вымпелы бумажные; газеты; журналы [издания периодические]; изображения графические; коврики настольные из бумаги; коврики для рабочего стола; книги; книги для раскрашивания, а именно книги, ориентированные на взрослую аудиторию; книжки-комиксы, а именно книжки-комиксы, ориентированные на взрослую аудиторию; каталоги; листовки; материалы графические печатные; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; плакаты; продукция печатная; сумки для покупок из бумаги или пластика; табло из бумаги или картона для объявлений; флаги бумажные; флаеры; эмблемы [клейма бумажные]; щиты рекламные бумажные или картонные.

35 - маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; оформление витрин; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям; предоставление торговых интернет-площадок для покупателей и продавцов загружаемых файлов цифровых изображений, аутентифицированных NFT; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов;

радиореклама; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле, связанные с загружаемыми файлами цифровых изображений, аутентифицированных NFT; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги рекламных агентств; услуги рекламные по созданию фирменного стиля.

38 - вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; передача видео по запросу; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача поздравительных открыток онлайн; передача подкастов; передача цифровых файлов; предоставление онлайн форумов; предоставление онлайн-форумов на основе виртуальной реальности для совместной работы; предоставление услуг видеоконференцсвязи; предоставление чат-комнат в виртуальных средах; связь с использованием компьютерных терминалов; телеконференции; услуги по передаче потока данных.

41 - выпуск музыкальной продукции; дискотеки; квест комнаты [развлечения]; организация и проведение концертов; организация и проведение развлекательных мероприятий; организация костюмированных представлений для развлечений; организация спектаклей [услуги импресарио]; передача развлекательные телевизионные; представления варьете; представления театрализованные; представления театральные; представление цирковых спектаклей; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; служба новостей; услуги артистов; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги видеосъемки; услуги игровых залов; услуги игротек; услуги диск-жокеев; услуги киностудий; услуги по имитации путешествий, предоставляемые в виртуальной среде для развлекательных целей; услуги по

сочинению музыки; услуги студий записи; услуги фотографирования; шоу-программы.

42 - анализ компьютерных систем; обеспечение программное как услуга [SaaS]; написание компьютерных кодов; модернизация программного обеспечения; мониторинг компьютерных систем; разработка видео- и компьютерных игр; разработка компьютерных платформ; разработка программного обеспечения; создание и разработка информационных каталогов на базе веб-сайтов; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для третьих лиц; создание компьютерной графики; создание компьютерных моделей; услуги по аутентификации пользователей; услуги по созданию дизайна логотипа; услуги по созданию образа [промышленная эстетика]; услуги по шифрованию цифровых данных; услуги компьютерного программирования; услуги дизайнеров в области упаковки; услуги технологического консультирования для цифровой трансформации; консультации по вопросам программного обеспечения и компьютерных технологий; платформа как услуга [PaaS]; хостинг виртуальных сред; хостинг программных платформ для совместной работы на основе виртуальной реальности; хостинг серверов; дизайн визитных карточек; дизайн графический рекламных материалов; дизайн художественный; предоставление виртуальных компьютерных систем через "облачные" вычисления.

На заседании коллегии, состоявшемся 06.04.2026, коллегией на основании пункта 45 Правил ППС были выдвинуты дополнительные основания: «Заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, так как способно вводить потребителя в заблуждение в отношении производителя товаров / лица, оказывающего услуги, части товаров и услуг 16, 41 классов МКТУ». К протоколу приложены справочные материалы относительно более ранних публикаций книги Андрея Куркова - «Приятель покойника» (2006 г.), «Милый друг, товарищ покойника» (1997 г.).

Заседание было перенесено для предоставления заявителю возможности ознакомиться с новыми основаниями и представить свой ответ на них.

С дополнениями от 14.05.2026 заявителем были представлены следующие пояснения.

Довод о возможном нарушении прав автора литературного произведения относится к основаниям, предусмотренным пунктом 9 статьи 1483 Кодекса. Коллегия не представила доказательств известности произведения для российских потребителей, для того, чтобы утверждать, что обозначение может вводить потребителей в заблуждение относительно лица, предлагающего услуги.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (28.05.2024) поступления заявки №2024757950 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 20.07.2015 № 482.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 Правил к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака словесное обозначение

“ **Приятель покойника** ” выполнено стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42 классов МКТУ.

Анализ на соответствие обозначения по заявке №2024757950 требованиям пункта 3 (1, 2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Слово «Покойник» имеет значение умершего человека, как верно было установлено в оспариваемом решении.

Слово «Приятель» означает человека, с которым сложились хорошие, простые отношения, близкий знакомый¹.

Поскольку словарно-справочные источники информации не содержат устойчивого выражения «Приятель покойника», то значение данного словосочетания складывается из значения слов, входящих в его состав.

Оценив приведенные значения в совокупности, следует сделать вывод о том, что значение словосочетания сводится к некоему лицу, у которого сложились

¹ <https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C>

дружеские отношения с покойным, при жизни последнего. Поскольку со смертью прекращается жизнедеятельность человеческого организма, то, семантически, обозначение указывает на лицо, оставшееся в живых, но связанное с умершим товарищем.

Таким образом, сама по себе ориентация на живое лицо в контексте смерти, с экстраполированием жизни живого человека на смерть и мертвых товарищей, с одной стороны, не оскорбляет умерших и не оскверняет смерти, а с другой стороны критически воспринимается по отношению к живущим людям.

Регистрация заявленного обозначения способна вызвать возмущение общественности независимо от возраста, половой принадлежности или иных социально-гендерных факторов, так как восприятие словосочетания «приятель покойника» напоминает об умершем близком и дорогом человеке, напоминает о конечности жизни, то есть по своему семантическому значению может представлять собой насмешку над живым лицом.

Коллегия отмечает, что заявленные товары и услуги не содержат позиций ритуального характера, в отношении которых можно было бы сделать вывод о скорбной коннотации, обозначение «Приятель покойника» могло быть воспринято как забота оставшегося в живых друга о своем умершем товарище путем заказа ритуальных услуг или покупки ритуальных товаров.

В данном случае заявителем испрашивается регистрация в отношении носителей информации 09 класса МКТУ, печатной продукции в 16 классе МКТУ, услуг продвижения товаров 35 класса МКТУ, услуг вещания 38 класса МКТУ, развлекательных услуг 41 класса МКТУ, услуг программирования 42 класса МКТУ.

Перечисленные группы товаров и услуг не уточнены ритуальным назначением, а, следовательно, могут иметь широкое назначение, как правило, в увеселительных целях или в целях бизнес-процессов, где слова «Приятель покойника» вместо скорбной коннотации приобретают черты злой насмешки над живущим лицом, что и формирует противоречие общественным интересам, принципам гуманности, морали и нравственности, противоречие конституционным

ценностям о том, что жизнь человека является высшей ценностью согласно статье 2 Конституции России.

Учитывая изложенное, коллегия пришла к выводу о правомерности применения пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении всех испрашиваемых в рамках сокращенного перечня позиций товаров и услуг.

В отношении приведенных заявителем примеров регистраций товарных знаков, то коллегия отмечает, что часть из них не имеет указания на факт прекращения человеческой жизни (смерть жажды, липкая смерть, шоколадная смерть), в эти выражения не заложена усмешка над жизнью живого лица или экстраполирование жизни человека относительно факта смерти. Так как ни одна из фраз не содержит идентичного заявленному словосочетания, то иные выводы Роспатента не могут быть учтены в настоящем деле.

В отношении приведенных примеров судебных споров коллегия отмечает, что выше в настоящем заключении приведены доводы административного органа относительно несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса. Коллегия исходит из того, что жизнь человека является высшей ценностью и пренебрежительное отношение к жизни человека путем высказывания «Приятель покойника» является негуманным относительно любого лица, относящегося к населению России.

Что касается дополнительно сформулированных оснований для отказа, то коллегия отмечает следующее.

Согласно материалам коллегии, приобщенным к протоколу заседания от 06.04.2026, представлены распечатки сайта www.kinopoisk.ru, где присутствует информация об аудиовизуальном произведении «Приятель покойника» 1997 года с рейтингом 6.8, режиссера Леонида Бойко и Вячеслава Криштофоровича, а также сценариста Андрея Куркова.

Кроме того, представлена распечатка сайта www.labyrinth.ru, где в продаже присутствует печатное издание «Приятель покойника» Андрея Куркова, 2008 года, издательства «Фолио».

Согласно источникам свободного доступа - сведениям каталога Российской государственной библиотеки, являющейся главным архивным фондом книгопечатной продукции, выпущенной на территории России, в нем содержится книга «Приятель покойника» автора Курков, Андрей Юрьевич (1961-): [малая проза] / Андрей Курков. - Санкт-Петербург : Амфора, 2006 (Санкт-Петербург : ОАО "Лениздат"). - 349, [2] с.; 21 см.; ISBN 5-367-00131-9.

Факт известности данного произведения российским потребителям подтверждается дополнительно доступностью к просмотру одноименного аудиофильма на территории России.

Таким образом, в отношении части товаров и услуг испрашиваемого перечня, а именно в отношении 16 класса МКТУ «книги; книги для раскрашивания, а именно книги, ориентированные на взрослую аудиторию; книжки-комиксы, а именно книжки-комиксы, ориентированные на взрослую аудиторию», а также в отношении услуг 41 класса МКТУ «производство фильмов, за исключением рекламных; услуги киностудий» способно неверно ориентировать потребителя относительно производителя товаров, лица, оказывающего услуги, так как для этих товаров и услуг информация о наличии иных производителей является насыщенной в источниках свободного доступа.

Таким образом, в отношении указанных позиций 16, 41 классов МКТУ, обозначение по заявке №2024757950 признано не соответствующим требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 16.02.2026 , изменить решение Роспатента от 20.10.2025 и отказать в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024757950 с учетом дополнительных оснований.