

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 18.09.2023 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Бизнес Торг», Москва (далее – заявитель; ООО «Бизнес Торг»), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022744531, при этом установила следующее.

Словесное обозначение « **Di Dor** » по заявке № 2022744531 с приоритетом от 05.07.2022 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 25, 29, 30, 32 класса МКТУ и услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки. Роспатентом 08.05.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022744531 в отношении всех заявленных товаров и услуг, поскольку было установлено, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пункт 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками и

международными регистрациями со словесным элементом «диор» «dior» №865208 (1) с приоритетом от 25.01.2022, № 837448 (2) с приоритетом от 22.09.2021, №837447 (3) с приоритетом от 22.09.2021, №864385 (4) с приоритетом от 19.07.2021, №755702 (5) с приоритетом от 09.10.2019, №738322 (6) с приоритетом от 07.09.2018, № 636565 (7) с приоритетом от 14.02.2017, № 548627 (8) с приоритетом от 14.03.2014, № 548633 (9) с приоритетом от 26.04.2013, № 524430 (10) с приоритетом от 26.04.2013, №480976 (11) с приоритетом от 07.12.2011 (продлен до 07.12.2031), № 482923 (12) с приоритетом от 01.12.2011 (продлен до 01.12.2031), №498317 (13) с приоритетом от 01.12.2011 (продлен до 01.12.2031), №1679791 (14) с приоритетом от 07.02.2022, № 1677820 (15) с приоритетом от 02.12.2021, №1675759 (16) с приоритетом от 02.12.2021, № 1556193 (17) с приоритетом от 11.03.2020, № 1455559 (18) с приоритетом от 24.10.2018, № 1367821(19) с приоритетом от 30.06.2017, № 1273255(20) с приоритетом от 27.03.2015, №1102827 (21) с приоритетом от 20.05.2011, № 991522 (22) с приоритетом от 27.12.2007, № 951058 (23) с приоритетом от 23.03.2007, №828989 (24) с приоритетом от 05.09.2003, №811074 (25) с приоритетом от 12.02.2003, №754443 (26) с приоритетом от 10.05.2000, № 635701 (27) с приоритетом от 06.12.1994, № 617472 (28) с приоритетом от 25.04.1994, № 613382 (29) с приоритетом от 07.01.1994, №610601 (30) с приоритетом от 06.12.1993, зарегистрированными на имя КРИСТИАН ДИОР КУТЮР, Париж, Франция (CHRISTIAN DIOR COUTURE, PARIS), в отношении товаров и услуг 01, 02, 04, 05, 06, 07, 09, 10, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43 классов МКТУ, являющихся однородными заявленным товарам и услугам 25, 29, 30, 32, 35, 43 классам МКТУ;

- с товарными знаками и международными регистрациями со словесным элементом «диор» «dior» № 727914 (31) с приоритетом от 29.03.2019, № 709014 (32) с приоритетом от 03.07.2018, №621596 (33) с приоритетом от 15.01.2016, №599322 (34) с приоритетом от 28.07.2015, №571237 (35) с приоритетом от 18.03.2015, № 573639 (36) с приоритетом от

18.03.2015, № 523200 (37) с приоритетом от 01.08.2013, №386527 (38) с приоритетом от 04.07.2008 (продлен до 04.07.2028), № 193913 (39) с приоритетом от 11.06.1999 (продлен до 11.06.2029), №1681814 (40) с приоритетом от 07.02.2022, № 1681811 (41) с приоритетом от 20.01.2022, №1660273 (42) с приоритетом от 10.09.2021, № 1617730 (43) с приоритетом от 15.02.2021, № 1497396 (44) с приоритетом от 02.04.2019, № 1496097 (45) с приоритетом от 12.03.2019, № 1495997 (46) с приоритетом от 12.03.2019, 1491829 (47) с приоритетом от 20.02.2019, № 1462661 (48) с приоритетом от 23.08.2018, №1462031 (49) с приоритетом от 22.08.2018, № 1458511 (50) с приоритетом от 26.07.2018, № 1441967 (51) с приоритетом от 02.05.2018, № 1413644 (52) с приоритетом от 05.10.2017, № 1412433 (53) с приоритетом от 29.11.2017, № 1395192 (54) с приоритетом от 18.07.2017, № 1379897 (55) с приоритетом от 11.04.2017, № 1375375 (56) с приоритетом от 17.03.2017, № 1375374 (57) с приоритетом от 17.03.2017, № 1333620 (58) с приоритетом от 12.04.2016, № 1300843 (59) с приоритетом от 06.04.2016, № 1243218 (60) с приоритетом от 21.07.2014, № 1221237(61) с приоритетом от 23.01.2014, №1219394 (62) с приоритетом от 03.02.2014, № 1191328 (63) с приоритетом от 17.05.2013, № 1189884 (64) с приоритетом от 11.06.2013, № 1180598 (65) с приоритетом от 02.04.2013, № 1167655 (66) с приоритетом от 17.01.2013, № 1167652 (67) с приоритетом от 17.01.2013, № 1155209 (68) с конв. приоритетом от 16.07.2012, № 1146145 (69) с приоритетом от 06.12.2012, №1142305 (70) с приоритетом от 15.05.2012, № 1126276 (71) с приоритетом от 24.01.2012, № 1082210 (72) с приоритетом от 27.10.2010, № 1043015 (73) с приоритетом от 09.12.2009, № 1024950 (74) с приоритетом от 01.04.2009, № 1019199 (75) с приоритетом от 04.02.2009, № 1014526 (76) с приоритетом от 11.12.2008, № 1008048 (77) с приоритетом от 08.07.2008, №1008047 (78) с приоритетом от 08.07.2008, № 1007127(79) с приоритетом от 23.10.2008, №993963(80) с приоритетом от 17.07.2008, № 988462(81) с приоритетом от 28.05.2008, № 988448 (82) с приоритетом от 19.05.2008, № 977924(83) с приоритетом от 27.02.2008, №965503(84) с приоритетом от 09.11.2007,

№956835 (85) с приоритетом от 12.09.2007, № 930521 (86) с приоритетом от 16.11.2006, № 930315 (87) с приоритетом от 23.01.2007, № 922917 (88) с приоритетом 17.10.2006, № 912184 (89) с приоритетом от 22.11.2006, №893093 (90) с приоритетом от 26.07.2005, №890991 (91) с приоритетом от 08.12.2005, № 890976 (92) с приоритетом от 25.11.2005, № 888575 (93) с приоритетом от 03.11.2005, № 883865 (94) с приоритетом от 27.09.2005, №879259 (95) с приоритетом от 26.07.2005, № 855896 (96) с приоритетом от 30.11.2004, № 853501 (97) с приоритетом 30.11.2004, №853500 (98) с приоритетом от 20.10.2004, №853499 (99) с приоритетом от 20.10.2004, №852782 (100) с приоритетом от 09.07.2004, №851871 (101) с приоритетом от 31.08.2004, № 851432 (102) с приоритетом от 11.10.2004, № 851208 (103) с приоритетом от 24.11.2004, № 835815 (104) с приоритетом от 12.02.2004, №831279 (105) с приоритетом от 16.12.2003, №831278 (106) с приоритетом от 16.12.2003, №812727 (107) с приоритетом от 26.03.2003, №809355 (108) с приоритетом от 07.02.2003, №800926 (109) с приоритетом от 25.09.2002, №0789174 (110) с приоритетом от 13.03.2002, №758756 (111) с приоритетом от 30.10.2000, №754443/A (112) с приоритетом от 10.05.2000, №642260 (113) с приоритетом от 07.09.1995, №600378 (114) с приоритетом от 09.04.1993, №593216 (115) с приоритетом от 18.10.1992, зарегистрированными на имя Парфюмс Кристиан Диор, Париж, Франция (Parfums Christian Dior, Paris), в отношении товаров и услуг 01, 03, 04 , 16, 21, 42, 44 классов МКТУ, являющихся однородными заявленным услугам 35 классам МКТУ;

- с международными регистрациями со словесным элементом «dior» №1467227 (116) с приоритетом от 19.10.2018, № 1458811 (117) с приоритетом от 03.08.2018, зарегистрированными на имя Jean Patou, 24/32 rue Jean Goujon F-75008 Paris, в отношении товаров 03 класса МКТУ, являющихся однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака/знака обслуживания на

основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении однородных товаров и услуг 25, 29, 30, 32, 35, 43 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 18.09.2023 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель корректирует испрашиваемый перечень товаров и услуг путем исключения из него всех товаров 25 класса МКТУ и услуг 35 и 43 классов МКТУ;

- испрашиваемые товары 29, 30, и 32 класса МКТУ не являются однородными противопоставленным товарам и услугам 1-10, 12, 14, 16-21, 24-26, 28, 35, 38-43 классов МКТУ;

- фирма КРИСТИАН ДИОР КУТЮР не является производителем продовольственных товаров, что позволяет сделать вывод об отсутствии вероятности смешения заявленного товарного знака и неиспользуемых в области производства продовольственных товаров противопоставленных товарных знаков;

- продукция фирмы КРИСТИАН ДИОР КУТЮР является, как уже отмечалась продукцией премиум класса, ориентированная на состоятельных покупателей и реализуется в специализированных фирменных бутиках Кристиан Диор или в магазинах премиум косметики и парфюмерии «Л'Этуаль», «Золотое яблоко», «Иль де Боте». А продовольственные товары реализуются в обычных продовольственных магазинах и супермаркетах для широкого круга потребителей и в этих магазинах на полках не может присутствовать элитная одежда, косметика и парфюмерия фирмы Кристиан Диор;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки не являются сходными до степени смешения по семантическому признаку;

- словесный элемент Dog переводится с испанского языка как «ЗОЛОТОЙ», а словесный элемент Di в группе романских языков является предлогом и переводится как «из» при обозначении материала, качества,

свойства, то есть заявленное обозначение воспринимается в целом как « ИЗ ЗОЛОТА»;

- словесный элемент «dior», включенный в словесную часть противопоставленных товарных знаков для российского потребителя воспринимается как фамилия основателя дома моды Кристиана Диора и ассоциируется с домом высокой моды и предметами роскоши;

- сравниваемые обозначения отличаются и по фонетическому признаку, ввиду разного количества слов, слогов и букв в них.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022744531 в отношении заявленных товаров 29, 30, 32 классов МКТУ

На заседании коллегии, состоявшемся 28.11.2023, заявитель представил сведения о своей деятельности, связанное с производством кондитерских изделий (см. Приложение к Протоколу заседания) [1].

Коллегия, на заседании по рассмотрению возражения, состоявшемся 27.02.2024, указала на наличие дополнительных оснований для отказа в регистрации обозначения по заявке №2022744531, поскольку регистрация на имя заявителя способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары 29, 30, 32 классов МКТУ. Таким образом, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса. Коллегия руководствовалась, в том числе, сведениями из сети Интернет (см. Приложение к Протоколу заседания) [2].

Заявителю было предоставлено время для представления своей позиции на основании ходатайства от 27.02.2024. Вместе с тем, дополнительных доводов относительно вышеизложенного заявитель так и не представил.

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

С учетом даты (05.07.2022) поступления заявки №2022744531 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, утвержденных приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается 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 при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или 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 требованиями подпункта 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно

совпадает с ним во всех элементах. 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; расположения 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 обозначение понятий, идей (в частности, совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей).

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид



и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, 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.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2022744531

заявлено обозначение « **Di Dor** », которое выполнено стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. С учетом корректировки заявителя, правовая охрана испрашивается в отношении товаров 29, 30 32 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

В рамках несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, заявленному обозначению были противопоставлены товарные знаки и знаки по международным регистрациям, включающие основные индивидуализирующие элементы «ДИОР» / «DIOR» [ДИОР]:

- товарные знаки и знаки международных регистраций (1-30), зарегистрированные на имя КРИСТИАН ДИОР КУТЮР, Париж, Франция

(CHRISTIAN DIOR COUTURE, PARIS), в отношении товаров и услуг 01, 02, 04, 05, 06, 07, 09, 10, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43 классов МКТУ;

- товарные знаки и знаки по международным регистрациям (31-115), зарегистрированными на имя Парфюмс Кристиан Диор, Париж, Франция (Parfums Christian Dior, Paris), в отношении товаров и услуг 01, 03, 04, 16, 21, 42, 44 классов МКТУ;

- с международными регистрациями (116, 117), зарегистрированными на имя Jean Patou, Paris, в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение, которое может иметь произношение [ДИ ДОР] и противопоставленные знаки (1-117), имеющие основной индивидуализирующий элемент с произношением [ДИОР], обладают определенной степенью фонетического сходства, поскольку включают одни и те же четыре звука [Д, И, О, Р], так большинство звуков, четыре из пяти, расположенных в одной последовательности имеют тождественное звучание. Указанное приводит к выводу о том, что сравниваемые обозначения являются фонетическими сходными.

Анализ словарно-справочных источников информации (см. Интернет-переводчик <https://translate.academic.ru/>) показал, что словосочетание «DI DOR» не содержится ни в одном словаре, в связи с чем, его следует признать фантазийным. Довод заявителя о том, что данное обозначение может быть переведено на русский язык как «из золота» не подтвержден словарно-справочными материалами. Поскольку заявленное обозначение не обладает семантическим значением, проведение анализа по семантическому критерию провести невозможно.

Заявленное обозначение выполнено стандартным шрифтом без графической проработки, в связи с чем графически критерий сходства следует признать не превалирующим. Вместе с тем, использование одного и

того же алфавита – латинского в сравниваемых знаках сближает их графически.

Из вышеизложенного следует, что заявленное обозначение и противопоставленные знаки (1-117) обладают фонетическим и графическим сходством, что не позволяет сделать вывод об их низкой степени сходства в целом.

Что касается сопоставительного анализа перечня товаров и услуг заявленного обозначения и противопоставленных знаков (1-117) на предмет однородности, то необходимо констатировать, что правовая охрана противопоставленных знаков (1-117) не распространяется на товары 29, 30, 32 классов МКТУ, в связи с этим, сравниваемые перечни следует признать неоднородными.

Учитывая установленное отсутствие однородности между испрашиваемыми к регистрации товарами 29, 30, 32 классов МКТУ и товарами/услугами 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 09, 10, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков и знаков по международным регистрациям (1-117), регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 29, 30, 32 классов МКТУ не противоречит требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Коллегией были проанализированы сведения из сети Интернет [3]. Так, согласно информации из Википедии ([https://ru.wikipedia.org/wiki/Christian\\_Dior](https://ru.wikipedia.org/wiki/Christian_Dior)) деятельностью компании «DIOR» является 46-процентная доля в деятельности LVMH. Таким образом, подразделения двух компаний совпадают, например, вина и спиртные напитки — производство и реализация вин (Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot, Ruinart, Krug, Mercier), коньяка (под торговой маркой Hennessy) и других спиртных напитков (виски Woodinville Whiskey Company,

Glenmorangie и Ardbeg, водка Belvedere, текила Volcán De Mi Tierra); около 20 % виноматериала дают собственные виноградники во Франции (хозяйства Château d'Yquem, Château Cheval Blanc, Domaine du Clos des Lambrays), Аргентине (Terrazas de Los Andes и Cheval des Andes), Австралии (Cape Mentelle) и Новой Зеландии (Cloudy Bay), Калифорнии (Newton Vineyard), Бразилии, Испании (Numanthia Termes), КНР (Ao Yun) и Индии; оборот €6,0 млрд.

Согласно сведениями сайта <https://eurofashions.ru> в продаже присутствуют стаканы для напитков под обозначением «Dior», а на сайте <https://www.vedomosti.ru/kp/news/2022/01/17/905012-v-kafe-morekofeokean-by-erwin-mozhno-poprobovat-blyuda-ot-dior> размещена статья «Блюда от Dior теперь можно попробовать в московском кафе», согласно данной статье в кафе «МореКофеОкеан by Erwin» представлена гастрономическая коллаборация с Домом Dior: до конца января здесь можно попробовать напитки и десерт Vanilla Diorama, посвященные одноименному аромату.

Руководствуясь вышеизложенным, коллегией сделан вывод о том, что деятельность компании «Dior» способна ассоциироваться в глазах потребителя не только с высокой модой, но и с продуктами питания.

Заявленное обозначение «Di Dog», согласно вышеизложенному анализу признано сходным с обозначением «Dior», а испрашиваемые товары 29, 30, 32 класса МКТУ являются продуктами питания. Таким образом, регистрация заявленного обозначения на имя заявителя способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.09.2023, изменить решение Роспатента от 08.05.2023 и отказать в регистрации товарного знака по заявке №2022744531 с учетом дополнительных оснований.**