

Лінгвістичне дослідження об'єктів інтелектуальної власності (словесних позначень «Мартініка» та «Martini»)

Основним нормативно-правовим актом, що регулює питання складання, подавання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України знак для товарів і послуг, включаючи проведення експертизи заявки і зокрема перевірки позначення щодо наявності підстав для відмови у наданні правової охорони згідно з пунктом 3 статті 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), є пункт 4.3 Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджених наказом Державного патентного відомства України від 28.07.1995 № 116 в редакції наказу Державного патентного відомства України від 20.09.1997 № 72 із змінами, внесеними наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 14.06.2011 № 578 (далі – Правила).

Відповідно до пункту 3 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати із знаками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг.

Згідно з пунктом 4.3.2.4 Правил при перевірці позначень на схожість встановлюється ступінь їх схожості, однорідність товарів і послуг, для яких заявлені знаки. При встановленні ідентичності словесних позначень враховується їх звукова (фонетична), графічна (візуальна) та смислова (семантична) схожість.

Основні завдання експертизи:

- 1) Чи є алкогольний напій «Мартініка» імітацією напій «Martini» з точки зору фонетичних, графічних (візуальних) та смислових характеристик?
- 2) Чи можна вважати, що алкогольний напій «Мартініка» та «Martini» є ідентичними?

Ознака	Результати дослідження	Схожість
Мова	Словесний знак «Мартініка» виконано українською мовою, а словесний знак «Martini» — англійською.	Збігається
Число складів у позначеннях	Кількість складів у назві бренду «Мартініка» становить чотири. Протиставлений бренд «Martini» має три склади.	Не збігається
Місце наголосу	Наголос в обох випадках припадає на другий склад, що робить слова співзвучними.	Збігається
Наявність збіжних складів	Є збіжні склади: MAR — MAP; TI — TI; NI — NI.	Збігається
Розташування близьких звуків відносно одного	Звуки [м], [а], [р], [т], [і], [н], [і], [м], [а], [р], [т], [і],[н],[і] розташовані на однакових місцях,	Збігається
Близькість складу приголосних	Склади приголосних в основному збігаються.	Збігається
Близькість складу голосних	Склади приголосних в основному збігаються, лише останній склад у назву «Мартініка» вказує на розбіжність.	Не збігається

Фонетичний аналіз передбачає відтворення порівнюваних слів фонетичною транскрипцією, сприймання на слух їх звукових особливостей. Слово «Martini» за правилами транскрибування англійського тексту літерами українського алфавіту читається як [март'ін'і]. Слово «Мартініка» за правилами транскрибування українського тексту читається як [март'ін'іка]. Число складів різне. Торговельна марка «Мартініка» має додатковий склад.

Переважає більшість звуків збіжні, склади голосних та приголосних в основному збігаються, місце наголосу в обох позначеннях на другому складі. Порівняння знаків «Мартініка» та «Martini» вказує на їх часткову фонетичну схожість, яка обумовлюється наявністю більшості співпадаючих звуків.

Як видно з *таблиці 1*, результати зіставлення «Martini» та «Мартініка» на звукову (фонетичну) схожість свідчать, що ці позначення є подібними за багатьма ознаками звукової (фонетичної) схожості (4/7).

2. Визначення графічної схожості

Таблиця 2

Ознака	Результати дослідження	Схожість
Загальне зорове враження	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>«Мартініка»</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>«Martini»</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">Позначення асоціюється в цілому.</p>	Збігається

Вид шрифту	Словесний знак «Мартініка» виконаний напівжирним шрифтом великими літерами. Протиставлений словесний знак «Martini» виконаний напівжирним шрифтом великими літерами.	Збігається
Графічне написання з урахуванням характеру літер	Всі літери друковані, то ж за графічним написанням позначення є схожими.	Збігається
Розташування літер одна відносно одної	Всі літери написані горизонтально.	Збігається
Алфавіт, літерами якого написані слова	Словесний знак «Мартініка» виконаний літерами кирилиці. Протиставлений словесний знак «Martini» виконаний літерами латиниці.	Не збігається
Колір або кольорове поєднання	Колір позначень однаковий. Для позначення літер обидві марки обрали білий колір на чорному тлі.	Збігається

Як видно з *таблиці 2*, аналіз зіставлення позначень «Мартініка» та «Martini» на графічну (візуальну) схожість свідчить про їх подібність, бо 5/6 ознак збігаються.

3. Визначення смислової (семантичної) схожості

Алкогільні напої «Мартініка» та «Martini» належать до однакової продуктової категорії. Бренд «Martini» має більш ранній пріоритет: він добре прорекламований та широковідомий у світі. Торговельна марка «Martini» входить до складу корпорації «Bacardi-Martini», що виникла в 1992 році шляхом

об'єднання двох найбільших фірм «Bacardi Limited» і «Martini & Rossi». Торговельна марка «Мартініка» зареєстрована нещодавно в Україні.

«Мартініка» як і «Martini» є штучною назвою і жодної з них немає в тлумачних та фразеологічних словниках української мови. Отже, порівнювані позначення є вигаданими, такими, що самі по собі не мають смислу.

Висновки:

- 1) Знак «Martini» є загальновідомим у світі знаком і асоціюється з конкретним виробником.
- 2) Позначення «Мартініка» є імітацією позначення «Martini» з точки зору візуальних та фонетичних характеристик.
- 3) Знак «Мартініка» є схожим настільки, що його можна сплутати з знаком «Martini».
- 4) Знак «Мартініка» зареєстрований і використовується недобросовісно.