

**Л. П. Станишевская**, канд. истор. наук, доцент  
e-mail: Nic-lus@yandex.ru  
БГЭУ (г. Минск)

## Нетрадиционные товарные знаки

В настоящее время важнейшим ориентиром для потребителя в условиях жесткой конкуренции среди массы однородных товаров является товарный знак (ТЗ). Согласно ст. 15 Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТРИПС), любое обозначение или любое сочетание обозначений, способное отличить товары или услуги одного предприятия от товаров или услуг других предприятий, может быть товарным знаком. Таким образом, Соглашение ТРИПС закрепляет открытый перечень форм, охраняемых ТЗ. Формально нетрадиционные формы знаков данное Соглашение не закрепляет, однако, расширительное толкование ст. 15 позволяет предполагать, что охрана нетрадиционных ТЗ вполне допускается.

Первым международным договором, который прямо признает нетрадиционные ТЗ, стал Сингапурский договор о законах по товарным знакам от 27 марта 2006 г. Данный договор применяется в отношении знаков любых видов, включая такие визуальные знаки, как цвет, голограммы, объемные знаки, позиционные знаки и знаки местоположения, знаки движения, а также не визуальные знаки — звук, запах (аромат) — и осязательные знаки. В то же время, в резолюции к Договору о законах по товарным знакам (ТЛТ) закрепляется, что указанный договор не обязывает государства регистрировать новые виды знаков. Договаривающимся сторонам предлагается самостоятельно принимать решение о регистрации. Установление такого мягкого режима обусловлено, прежде всего, отсутствием у национальных патентных ведомств возможностей фиксации и хранения нетрадиционных знаков. Таким образом, положения Сингапурского договора в отношении нетрадиционных ТЗ носят рекомендательный характер.

Наиболее распространенными среди нетрадиционных знаков являются звуковые ТЗ. Они охраняются в США, Германии, Франции, Болгарии, Венгрии, Румынии, Польши, Кореи, России. Например, в РФ зарегистрированы позывные радиостанций «Европа плюс», «Маяк», «Шансон» и др. Звуковые знаки достаточно легко регистрируются с помощью графического представления [1, с. 395]. Регистрация обонятельных ТЗ осуществляется в Великобритании и США. Так, в Великобритании, например, кампанией Unicopn Products в отношении дротиков для игры Дартс зарегистрирован в качестве ТЗ «сильный запах горького пива»; Goodyear Dunlop Tyres UK Limited в отношении автомобильных покрышек — «цветочный аромат, напоминающий розу». В США — аромат жевательной резинки Bubble Gum, «запах лаванды и ванили» — для канцелярских принадлежностей. В РФ зарегистрирован «запах кожи» для продукции натуропарфюмера Н. Коляго. Обонятельные ТЗ описываются словесно со ссылкой на известные запахи, а также химической формулой [2].

Национальный законодатель дает более узкое определение ТЗ. Так в действующей редакции Закона Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» (далее — Закон) определяется, что в качестве ТЗ могут быть зарегистрированы: словесные обозначения, включая имена собственные, сочетания цветов, буквенные, цифровые, изобразительные, объемные обозначения, включая форму товара или его упаковку, а также комбинации таких обозначений. Данный перечень является исчерпывающим. В первоначальной же редакции Закона предусматривалась регистрация также «и других обозначений или комбинаций», то есть перечень был открыт.

Таким образом, возможность регистрации нетрадиционных ТЗ, к сожалению, в настоящее время законодательством не предусмотрена. Возвращение к открытому перечню форм ТЗ, возможность регистрации нетрадиционных знаков, вызывающих у потребителей яркие эмоции и в этой связи хорошо запоминающихся, несомненно, привело бы к развитию рынка и увеличению объема инвестиций в национальную экономику.

### Литература:

1. Близнец, И. А. Интеллектуальная собственность в современном мире / И. А. Близнец. — М.: Проспект, 2017. — 672 с.
2. Фелицына, С. Б. Сладкий аромат товарного знака / С. Б. Фелицына, В. В. Журавлева. — 4 октября 2004 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru-alter.info/content/view/55/43>.