

ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ И ЕГО ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ОХРАНА

***Аннотация:** В статье рассмотрены вопросы правовой природы фирменного наименования как средства индивидуализации юридических лиц, а также правового регулирования в сфере защиты прав юридических лиц на результаты интеллектуальной деятельности.*

***Ключевые слова:** фирменное наименование, право, суд, лицо, доход, правовая охрана, ответчик.*

***Annotation:** The article deals with the issues of the legal nature of the brand name as a means of individualization of legal entities, as well as the problems of legal regulation in the field of protection of the rights of legal entities to the results of intellectual activity.*

***Key words:** company name, law, court, person, income, legal protection, defendant.*

Участники предпринимательской деятельности используют различные отличительные особенности для индивидуализации своей деятельности. В настоящее время все больше исков подается в защиту прав на фирменное наименование, компании дорожат своей репутацией и не хотят, чтобы другие предприятия получали доходы за счет их имени.

Фирменное наименование и его гражданско-правовая охрана регламентируются частью IV Гражданского кодекса Российской Федерации.

На сегодняшний день важность регулирования отношений, так или иначе связанных со средствами индивидуализации, растет в геометрической прогрессии прямо пропорционально развитию современной экономики. Любая фирма нуждается в определенных знаках отличия, которые бы выделяли ее от иных компаний. В качестве обозначений знаков выступают товарные знаки, фирменные наименования.

Каждая из компаний – уникальна: у нее есть работники во главе с директором, есть структура управления, стиль ведения дел, офис, наименование фирмы, товарные знаки. Указанные компоненты составляют образ данной фирмы для ее клиентов, контрагентов, работников и государства[5].

Фирменное наименование — одно из четырех средств индивидуализации, известных российскому праву. Оно индивидуализирует коммерческие юридические лица. Исключительное право на него, как и на другие исключительные права позволяет правообладателю самостоятельно использовать объект интеллектуальной собственности и запрещать его использование всем другим лицам[4]. Фирменное наименование юридического лица всегда состоит из нескольких частей. Две части являются обязательными, а третья факультативной.

На рисунке 1 представлены элементы фирменного наименования.

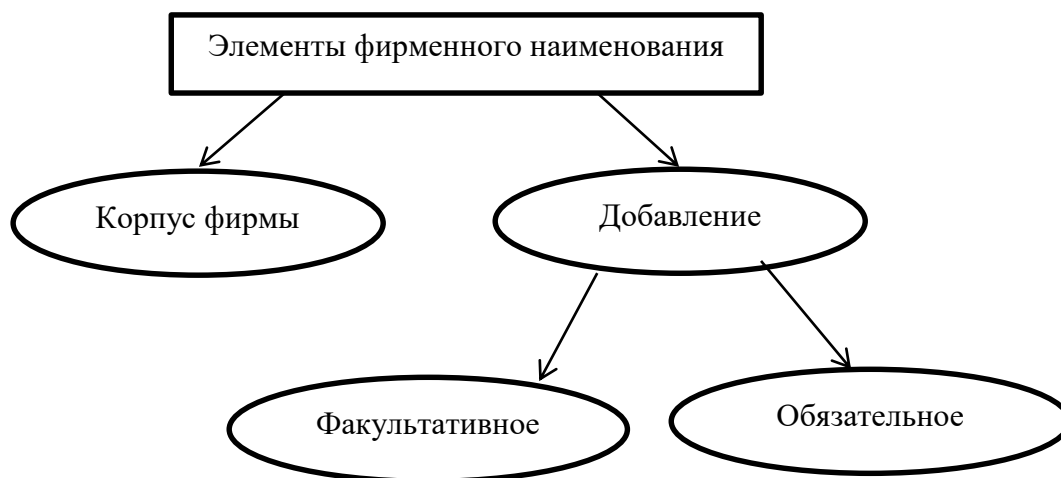


Рисунок 1 – Элементы фирменного наименования.

Под фирменным наименованием может работать только одна компания. Поэтому если две компании придумали одинаковое или похожее название, будет работать такое правило: кто раньше открылся, тому оно и принадлежит. Наименование можно указать на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети Интернет и другие аналогичные способы. На языке закона это называется исключительным правом на фирменное наименование.

Исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица, но в отличие от имущественных прав на интеллектуальную собственность, такое право другим лицам не может передаваться. Фирменное наименование — это словесное обозначение, под которым коммерческая организация выступает в гражданском обороте. В связи с вышесказанным, в случаях неправомерного использования чужого фирменного наименования, правонарушитель обязан возместить причиненные убытки. При деятельности двух организаций, занимающихся схожей деятельностью запрещается использование похожих

до степени наименований. По сути, данные организации являются конкурентами. Для фирменного наименования такой сферой являются виды деятельности. Нарушение исключительного права имеет место в том случае, если нарушитель осуществляет деятельность, аналогичную деятельности правообладателя. При этом защите подлежит исключительное право того лица, чье наименование раньше было включено в ЕГРП, вне зависимости от того, кто раньше начал осуществлять определенный вид деятельности [3].

Нарушитель обязан по своему выбору или прекратить осуществление видов деятельности под спорным фирменным наименованием, или изменить свое фирменное наименование.

Правовой охране подлежат только те фирменные наименования (полные и сокращенные, на русском и других языках), сведения о которых внесены в ЕГРЮЛ. Моментом возникновения исключительного права на фирменное наименование является момент внесения сведений о таком наименовании в ЕГРЮЛ (при регистрации коммерческой организации как юридического лица или при внесении в ЕГРЮЛ изменений, связанных с изменением или дополнением сведений о наименовании коммерческой организации).

Фирменное наименование соответствует следующим критериям:

- регистрируемое наименование должно отсутствовать в реестре;
- в случае использования слова «Россия» или словосочетания «Российская Федерация» и любых других производных от них наименованиях должно быть наличие предварительного согласия Правительства Российской Федерации и уплата в дальнейшем специального сбора.

Гражданско-правовая охрана фирменных наименований осуществляется через суд. Вместе с ответчиком в качестве третьего лица к участию в судебном рассмотрении привлекается учреждение, зарегистрировавшее предприятие ответчика. При установлении нарушения со стороны ответчика, суд обязует его изменить свое наименование в установленный судом срок и произвести перерегистрацию предприятия, а также выплатить компенсацию. Если у фирм

с одинаковым названием различные организационно-правовые формы, подобные требования не могут быть удовлетворены.

Административный порядок осуществляется через антимонопольные органы, а когда речь идет о совпадении фирменных наименований и товарных знаков – в Палате по патентным спорам.

Интересный спор Суд по интеллектуальным правам рассмотрел 14 июля 2017 года (дело № А08-7737/2015). Истец подал исковое заявление с требованием прекратить использование фирменного наименования, содержащее доминирующий элемент наименования истца. Во время рассмотрения спора ответчик подал встречный иск с противоположными требованиями. Спор свелся к доказыванию факта возникновения исключительного права. В итоге суд отказал истцу и пришел к выводу о необходимости удовлетворения встречных требований ответчика. И это при том, что право на фирменное наименование у ответчика возникло позднее, чем у истца. Ключевым был факт, что ответчик в наименовании использует товарный знак, правообладателем которого является.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2020) (с изм. и доп. от 06.08.2021) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс»
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2020) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс»
3. Лазарев, В.В. Теория государства и права: учебник для вузов / В.В. Лазарев, С.В. Липень. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06539-8.

4. Матюхин С.В. ГК РФ. Гражданский кодекс Части 1, 2, 3 и 4 по сост. на 05.11.21 с таблицей изменений и с путеводителем по судебной практике / Матюхин С.В., Романовский В.А. — Из-во: Проспект — 2021 — 1347 с.

5. Рузакова О.А. Договоры о создании результатов интеллектуальной деятельности и распоряжении исключительными правами: учебно-практическое пособие для магистров. М.: Проспект, 2021. 144 с.