

Особенности защиты наименований юридического лица

Законодательство различных стран по-разному подходит к определению наименования юридического лица.

Наименования компаний можно разделить на наименования юридических лиц и коммерческие наименования юридического лица, не совпадающие с его наименованием.

Необходимость разделения двух видов наименований возникает вследствие того, что полное наименование включает указание на организационно-правовую форму и произвольную часть. При этом в торговом обороте зачастую употребляется только произвольная часть или обозначение, идентифицирующее бизнес не совпадает с наименованием.

Возникает вопрос, что защищается законодательством различных государств? Конвенция ВОИС¹ указывает, что фирменные наименования (*commercial name*) и коммерческие обозначения (*designations*) являются составной частью интеллектуальной собственности (п. viii ст. 2). Что означает каждое из понятий, в Конвенции не указывается. Определение значения передается на усмотрение местного законодательства.

Великобритания

Законодательством Великобритании¹ предусмотрено наличие наименования компании (*company name*) (наименование компании с ограниченной ответственностью может включать указание на организационно-правовую форму и идентифицирующую часть) и коммерческого наименования (*business name*).

Законодательством предусмотрен запрет на регистрацию одинаковых наименований компании. В данном случае понятие «одинаковый» имеется ввиду то, что проверяется грамматическое совпадение наименований компаний. Таким образом, если наименования разных компаний пишутся по-разному, но на слух воспринимаются одинаково, то такие наименования могут быть зарегистрированы.

При проверке наименования не принимается во внимание пунктуация, организационно-правовая форма, а также слова “company (или со)”, “and (или &) company (или со)”.

Например, если “Hands Limited” зарегистрировано (“Hands” – идентифицирующая часть; “Limited” – указание на организационно-правовую форму), то, принимая не будут зарегистрированы:

- *Hands Public Limited Company (или PLC)* (“Hands” – идентифицирующая часть; “Public Limited Company (или PLC)” указание на организационно-правовую форму);
- *H and S Limited (или Ltd)* (“H and S” – идентифицирующая часть, в которой употребляется “and”; “Limited (или Ltd)” – указание на организационно-правовую форму);
- *H and S Public Limited Company (или PLC)* (“H and S” – идентифицирующая часть, в которой употребляется “and”; “Public Limited Company (или PLC)” – указание на организационно-правовую форму);

- *H & S Limited (или Ltd)* ("H & S" – идентифицирующая часть, в которой употребляется "&"; "Limited (или Ltd)" – указание на организационно-правовую форму);

не будут зарегистрированы также добавления слов к указанному наименованию "Company (или Co)" или "and (или &) Company (или Co)".

Обозначения для идентификации своего бизнеса может не совпадать с полным названием компании или может быть совершенно другим, например, "XYZ Limited" известно как "Fish Antiques".

США

Особенностью США является наличие отдельного законодательства в различных штатах. Данное положение касается и законодательства об идентификации наименований компаний.

В США существует наименование (full legal name, firm name), включающее указание на организационно-правовую форму и идентифицирующую часть и коммерческое наименование (trade name).

Прежде всего, коснемся отличия «коммерческого наименования» от «товарного знака».

«Коммерческое наименование» - это название, используемое лицом для идентификации своего бизнеса, а назначение «товарного знака» - идентификация товаров.

Разделяя понятия «наименование» и «коммерческое наименование», следует отметить, что в соответствии с законодательством США в «коммерческом наименовании» используются индивидуальные имена и фамилии, официальные наименования, коммерческие наименования, употребляемые в обороте для идентификации бизнеса. Смысл данного определения в том, что «коммерческое наименование» может не совпадать с «наименованием».

Для защиты бизнеса в США существует множество рекомендаций. Они зависят не только от законодательства страны или штата. В США существует общая практика регистрации не только товарных знаков, но и коммерческих наименований. Например, в Аризоне нет официального требования для регистрации товарного знака или коммерческого наименования, но в соответствии с обычаями делового оборота это рекомендуется делать.

В «рекомендациях», даваемых официальными органами будущим предпринимателям США, указывается на необходимость проверки «коммерческого наименования и товарного знака на неповторяемость».

Данные «рекомендации» столь актуальны в Соединенных Штатах в связи с развитым законодательством и обширной судебной практикой, касающейся защиты интеллектуальной собственности – в общем и коммерческого обозначения - как частный случай.

В штате Джорджия, например, следует зарегистрировать коммерческое наименование (если оно есть) в течение 30 дней с момента «начала деятельности».

Цель регистрации коммерческого наименования в Вашингтоне – защита собственного бизнеса. Указывается, что регистрация коммерческого наименования не гарантирует невозможность использования такого же коммерческого наименования иным лицом, но право на его использование принадлежат лицу, которое первое начало употреблять коммерческого наименования.

Для избежания проблем с коммерческим наименованием существует особая услуга – проверка коммерческого наименования на неповторяемость. Хотя существует оговорка, что данная проверка не гарантирует того, что коммерческое наименование не используется (это возможно, если оно не зарегистрировано).

Можно привести примеры, когда регистрация коммерческого наименования необходима.ⁱⁱⁱ

Наименование	Возможные коммерческие наименования	
Jason's Sweets Emporium. Inc	Можно не регистрировать	Следует зарегистрировать
	Jason's Sweets Emporium. Inc	Jason's Sweets Emporium Jason's Sweets Jason's Emporium Jason's Sweets Emporium

Франция

Законодательство Франции^{iv}, как и законодательство иных стран, предусматривает существование наименования компании (*dénomination sociale*).

Так, полное товарищество (*société en nom collectif*) будет иметь наименование, которое включает имя одного или нескольких партнеров и указание на организационно-правовую форму^v.

Данное положение характерно для французских компаний: в их наименование включается идентифицирующая часть и указание на организационно-правовую форму.

Существует также понятие коммерческое наименование (*nom commercial*), а также вывеска (*enseigne*), представляющее собой визуальное обозначение организации.

Россия

Российскому законодательству известны следующие понятия: наименование, фирменное наименование и коммерческое обозначение. Разница между понятиями «наименование» и «фирменное наименование» в законодательстве четко не разъясняется, поэтому зачастую они употребляются как синонимы. Значение термина «коммерческое обозначение» не расшифровывается в российском законодательстве.

Юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Наименования некоммерческих организаций, а в предусмотренных законом случаях наименования коммерческих организаций должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Закон о некоммерческих организациях указывает, что некоммерческая организация имеет наименование, содержащее указание на ее организационно-правовую форму и характер деятельности.

Некоммерческая организация, наименование которой зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право его использования^{vi}. Например, "Общественный фонд помощи ветеранам спорта".

В качестве коммерческой организации, которая должна иметь в своем наименовании указание на характер деятельности юридического лица, можно привести кредитные организации. Закон о банках и банковской деятельности^{vii} предусматривает, что кредитная организация имеет фирменное (полное официальное) наименование на русском языке. Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер деятельности этого юридического лица посредством использования слов "банк" или "небанковская кредитная организация", а также указание на его организационно-правовую форму^{viii}.

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. А юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном законом порядке, имеет исключительное право на его использование. Лицо, неправомерно использующее чужое зарегистрированное фирменное наименование, по требованию обладателя права на фирменное наименование обязано прекратить его использование и возместить причиненные убытки.

Проблема заключается в том, что при регистрации юридического лица ранее требовалась проверка наименования на неповторяемость. Согласно Постановлениям правительства Москвы от 16 ноября 1993 г. N 1043 "О создании московского регистрационного реестра" (с изменениями от 11 ноября 1997 г.) и от 18 августа 1998 г. N 632^{ix} не допускалась государственная регистрация вновь создаваемых юридических лиц с наименованиями, идентичными наименованиям ранее зарегистрированных юридических лиц. Дублированием фирменных наименований юридических лиц считается полное совпадение слов, их порядка в наименовании с учетом знаков препинания.

В настоящее время такая проверка не проводится. Регистратор не сможет отказать в регистрации по причине того, что юридическое лицо с данным наименованием уже зарегистрировано. На практике в Едином государственном реестре юридических лиц можно найти идентичные фирменные наименования, зарегистрированные не только в одном субъекте Российской Федерации, но и в одной и той же налоговой инспекции.

Возникает вопрос, а что же такое фирменное наименование. Юридическое лицо имеет наименование, указывающее на его организационно-правовую форму, а также фирменное наименование. В судебной практике часто возникают дела, когда два юридических лица с очень похожими фирменными наименованиями существуют на одном рынке, а в суде нельзя запретить недобросовестному лицу использование фирменного наименования. Дело в том, что отдельного закона, регулирующего вопросы определения фирменного наименования нет, суды руководствуются, соответственно, Гражданским кодексом и судебной практикой. Решения судов вызывают множество вопросов и споров. Теоретики права пишут труды, обосновывая неверность позиции судов, но есть четкая линия принятия решения судами. Даже если суд первой инстанции примет правильное, с точки зрения логики и здравого смысла, решение, то суд вышестоящей инстанции непременно отменит его.

А практика такова: в понятие фирменного наименования включается организационно-правовая форма (например, ООО) и название юридического лица (например, «Люттик»). И при установлении факта, что ответчик свое наименование зарегистрировал раньше истца, либо одно наименование присвоено различным формированиям (акционерное общество, кооператив, совместное

предприятие и т.п.), требование истца об изменении ответчиком своего наименования не может быть удовлетворено. Иными словами, если будут зарегистрированы ООО «Лютик», ЗАО «Лютик» и ОАО «Лютик» - их наименования не признают идентичными.

Есть другой вариант – организационно-правовая форма совпадает и названия похожи «до степени смешения», но суды проверяют грамматическое соответствие названий двух юридических лиц, так Общество с ограниченной ответственностью Частное охранное предприятие "Правопорядок" (ООО ЧОП Правопорядок") и Общество с ограниченной ответственностью Частное охранное предприятие "Право и порядок" (ООО ЧОП "Право и порядок") не являются идентичными в соответствии с решением суда.

Критерий «тождественности» превалирует над критерием «сходства до степени смешения» при оценке факта нарушения прав на фирменное наименование.

Возникает вопрос, неужели фирменное наименование не защищается?

Дело в том, что к промышленной собственности относится также право на защиту от недобросовестной конкуренции. Говоря о сопоставлении понятий «фирменное наименование» и «недобросовестная конкуренция», следует отметить, что не допускается введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара или его изготовителей.

Вопросы недобросовестной конкуренции полномочна разрешать Федеральная антимонопольная служба РФ (далее - ФАС РФ), выдавая хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания об изменении или ограничении использования фирменного наименования. Для исполнения решения ФАС может обратиться в суд. При обращении в ФАС проверяется не грамматическая идентичность фирменных наименований, а «степень их смешения». Например, 17.10.2005г. ФАС РФ приняло решение о выдаче ООО «ПФ «Челябинский автоцентр «КАМАЗ» и ООО «УралКамАЗСервис» предписаний об исключении из своего фирменного наименования словесного обозначения «КАМАЗ» и «КамАЗ» соответственно, дело было возбуждено по заявлению ОАО «КАМАЗ» о неправомерном использовании ООО «ПФ «Челябинский автоцентр «КАМАЗ» и ООО «УралКамАЗСервис» в своем фирменном наименовании словесного обозначения «КАМАЗ», являющегося зарегистрированным фирменным наименованием ОАО «КАМАЗ».

Проблемой при обращении в ФАС РФ является то, что следует доказать наличие недобросовестной конкуренции.

Если при разрешении дела в суде прецедентов, запрещающих использование фирменного наименования «недобросовестному» юридическому лицу не было (при грамматическом различии), то в ФАС РФ подобная практика существует, например, ООО «Ульяновская Молочная Компания» и ООО «Ульяновская молочная компания». Фирменные наименования по своему фонетическому составу полностью совпадают и отличаются от только заглавным написанием первых букв слов. Указанное может привести к формированию у потребителей услуг, реализуемых Обществами, ошибочного представления о взаимосвязи либо полной идентичности ООО «Ульяновская молочная компания» и ООО «Ульяновская Молочная Компания». Указанные компании осуществляют одну и ту же деятельность, а именно занимаются поставками молочной продукции. Таким образом, действия ООО «Ульяновская Молочная Компания», связанные с использованием фирменного наименования, сходного с фирменным наименованием заявителя, противоречат действующему законодательству, направлены на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности и способны на-

нести ущерб заявителю (следует обратить внимание, что грамматически данные фирменные наименования различны).

Решение ФАС, как и любого иного государственного органа, можно оспорить в суде. Но в данном случае суд будет определять правомерность решения ФАС в соответствии с антимонопольным законодательством и принимать во внимание «степень смешения», а не грамматическое соответствие. Например, [Апелляционный суд подтвердил правоту ФАС России](#), который вынес решение и предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства (в том числе - это запрет использовать фирменное наименование): в МАП (в настоящее время ФАС) России поступило заявление ООО «САН-ТУР» о нарушении ст. 10 Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» со стороны ООО «Сан Тур». Нарушение выразилось в использовании ООО «Сан-Тур», при осуществлении своей деятельности словесного обозначения САН ТУР, сходного с комбинированным товарным знаком, а также в использовании его фирменного наименования.

Следует сделать еще один акцент – коммерческое обозначение. В российском законодательстве определения данного термина нет. Но он упоминается в связи с договором коммерческой концессии (франчайзинга).

Существует мнение, что если права на коммерческое обозначение не включены в объект охраны исключительных прав, то они никак не защищаются. Есть и другая точка зрения: «коммерческое обозначение» - это незарегистрированное общеизвестное наименование, используемое для деятельности предпринимателя. Коммерческое обозначение – это наименование, принятое коммерческой организацией, для обозначения себя на рынке и для отличия от других предприятий, то есть оно должно обладать отличительной способностью. Например, коммерческим обозначением является то, что мы как потребители встречаем на каждом шагу: названия магазинов, кафе, ресторанов, гостиниц и так далее. Судебной практики по защите коммерческих обозначений пока нет.

Материал подготовлен компанией Roche & Duffay

тел. (495) 790-2660; 624-1300

ⁱ Конвенция, учреждающая Всемирную Организацию Интеллектуальной Собственности (Подписана в Стокгольме 14 июля 1967 года и изменена 2 октября 1979 года).

ⁱⁱ Companies Act 1985, Business Names Act 1985.

ⁱⁱⁱ Пример приведен по материалам Департамента по лицензированию штата Вашингтон (<http://www.dol.wa.gov/forms/700128.pdf>)

^{iv} Code de commerce (Partie Législative).

^v Code de commerce (Partie Législative) Chapitre Ier : Des sociétés en nom collectif, Article L221-2.

^{vi} Федеральный закон от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях" (с изменениями от 26 ноября 1998 г., 8 июля 1999 г., 21 марта, 28 декабря 2002 г., 23 декабря 2003 г.).

^{vii} Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. N 395-1 "О банках и банковской деятельности" (с изменениями от 13 декабря 1991 г., 24 июня 1992 г., 3 февраля 1996 г., 31 июля 1998 г., 5, 8 июля 1999 г., 19 июня, 7 августа 2001 г., 21 марта 2002 г., 30 июня, 8, 23 декабря 2003 г., 29 июня, 29 июля, 2 ноября, 29, 30 декабря 2004 г., 21 июля 2005 г.).

^{viii} Дело в том, что закон о банках и банковской деятельности был принят до вступления Гражданского кодекса в силу, поэтому существуют некоторые расхождения в употреблении терминов, касающихся идентификации названий кредитных организаций.

^{ix} Постановление Правительства Москвы от 18.08.1998 N 632 «Об организации взаимодействия органов управления г. Москвы с Государственной налоговой инспекцией по г.Москве и Управление Федеральной службы налоговой полиции Российской Федерации по г. Москве по обеспечению оперативного контроля за местом нахождения юридических лиц и его изменением на протяжении всего периода их деятельности» (в настоящее время данное постановление утратило силу).