

Пинкус Игорь Викторович

Магистрант

Направление: Юриспруденция

Магистерская программа: Гражданское право, семейное право, международное частное право

**Правовое регулирование охраны фирменных наименований и
коммерческих обозначений в Российской Федерации**

Аннотация. Научная статья посвящена правовому регулированию охраны фирменных наименований и коммерческих обозначений в России. С 1 января 2008 г., т. е., со дня вступления в силу четвертой части Гражданского кодекса РФ, получил закрепление такой объект интеллектуальной собственности, как «коммерческое обозначение». Коммерческие обозначения являются относительно новым средством индивидуализации товаров и услуг. На фирменные наименования возникают исключительные права.

Ключевые слова: фирменное наименование, признаки фирменного наименования, коммерческое обозначение, назначение коммерческого обозначения, функция коммерческого обозначения.

С 1 января 2008 г., т. е., со дня вступления в силу четвертой части Гражданского кодекса РФ, получил закрепление такой объект интеллектуальной собственности, как «коммерческое обозначение». Ранее о нем упоминалось только в главе 54 Гражданского кодекса, посвященной договору коммерческой концессии. В частности, в ст. 1027 было указано, что по такому договору правообладатель может передать право на коммерческое обозначение другой стороне в составе комплекса исключительных прав. В связи с этим в доктрине не было выработано однозначного подхода в понимании данного понятия. Так, Е.А. Суханов определяет коммерческое обозначение как незарегистрированное общеизвестное наименование,

используемое в деятельности предпринимателя, которое охраняется без специальной регистрации именно в силу его общеизвестности (ст. 6-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности) [1]. Подобного мнения придерживается А.А. Иванов [2, с. 492]. В комментарии к Парижской конвенции по охране промышленной собственности Г. Боденхаузена также содержится определение данного понятия. Под коммерческим обозначением понимается наименование, принятое коммерческим предприятием (юридическим или физическим лицом) для обозначения себя на рынке и для отличия от других предприятий, т. е. оно должно обладать отличительной способностью [1].

В статьях части четвертой ГК РФ, посвященных коммерческому обозначению, не дается определения данного понятия, но из текста статей можно выделить следующие характеризующие его признаки: 1. Коммерческое обозначение может быть использовано юридическим лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность (включая некоммерческую организацию), а также индивидуальным предпринимателем; 2. Коммерческое обозначение индивидуализирует не субъекта, осуществляющего предпринимательскую деятельность, а принадлежащее ему предприятие, либо совокупность предприятий; 3. Коммерческое обозначение не является фирменным наименованием и не подлежит обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц; 4. Коммерческое обозначение должно обладать достаточными различительными признаками; 5. Употребление правообладателем коммерческого обозначения является известным в пределах определенной территории.

© Таким образом, коммерческое обозначение можно определить как не являющееся фирменным наименованием обозначение, обладающее достаточными различительными признаками и используемое для индивидуализации предприятия, принадлежащего юридическому лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность, а также индивидуальному предпринимателю.

Нормы Гражданского кодекса о коммерческом обозначении не указывают на то, из каких элементов может состоять коммерческое обозначение, исходя из чего можно сделать вывод, что в состав коммерческого обозначения могут входить любые элементы, обеспечивающие его необходимую различительную способность: словесные; изобразительные; объемные; звуковые; световые; голографические; обонятельные, иные элементы и их комбинации. В соответствии со ст. 1225 ГК РФ коммерческое обозначение является объектом интеллектуальной собственности, которому предоставляется правовая охрана. Право на коммерческое обозначение является исключительным (ст. 1539 ГК РФ) – при условии, что это обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории [3]. Исключительность права на коммерческое обозначение означает, прежде всего, то, что правообладатель может использовать это обозначение любым не противоречащим закону способом; однако, распоряжение данным правом ограничено тем, что оно может перейти к другому лицу только в составе предприятия, для индивидуализации которого такое обозначение использовано (п. 4 ст. 1539 ГК РФ). Передача права на коммерческое обозначение на временной основе ограничена (п. 5 ст. 1539 ГК РФ) двумя видами допустимых договоров: договором аренды предприятия и договором коммерческой концессии.

Необходимо отметить, что право на коммерческое обозначение не ограничено каким-либо сроком. Оно может быть прекращено только в случае, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года. Поскольку законодатель не определил формы непрерывного использования, можно предположить, что факт непрерывности может подтверждаться любыми доступными доказательствами: записями теле- и радиопередач, в которых упоминалось спорное коммерческое обозначение, бланками документов, наружной рекламой и т. д. [5].

Основная функция фирменного наименования состоит в индивидуализации коммерческой организации, что сближает указанный объект с товарным знаком. Так же, как и товарный знак, фирменное наименование организации, имеющей хорошую деловую репутацию, может выполнять и рекламную функцию. При этом фирменное наименование может как полностью, так и частично входить в товарный знак.

Согласно ст. 138 ГК на фирменные наименования возникают исключительные права [2, с. 489]. Поэтому порядок их регистрации и использования должен определяться законом и иными правовыми актами. Поскольку пока такого закона и иного правового акта не принято, фирменное наименование коммерческих организаций должно регистрироваться в составе их учредительных документов при регистрации самих организаций. В настоящее время органом исполнительной власти, осуществляющим государственную регистрацию юридических лиц, является Федеральная налоговая служба. Последнее и осуществляет государственную регистрацию фирменных наименований. С момента такой регистрации у юридического лица возникает исключительное право на использование фирменного наименования (право на фирму) [4, с. 3].

Коммерческие обозначения являются относительно новым средством индивидуализации товаров и услуг. В качестве средства индивидуализации на международном уровне они появились в 1967 г. в Конвенции, учредившей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС). Согласно ст. 2 указанной конвенции «Интеллектуальная собственность» включает права, относящиеся к: литературным, художественным и научным произведениям; исполнительской деятельности артистов, звукозаписи, радио- и телевизионным передачам; изобретениям во всех областях человеческой деятельности; научным открытиям; промышленным образцам; товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям; защите против недобросовестной конкуренции, а также все другие права,

относящиеся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях.

В российском гражданском законодательстве коммерческие обозначения фигурируют, в частности, в ст.ст. 1027, 1032, 1037, 1039, 1040 ГК РФ, посвященных коммерческой концессии. Однако дальше простого упоминания о существовании такого средства индивидуализации и включении права на его использование в комплекс исключительных прав, предоставляемых по договору коммерческой концессии, российский законодатель не пошел [3]. В части четвертой ГК (ст. 1538) законодатель не дает определения коммерческого обозначения, однако подчеркивает, что это – средство индивидуализации предприятий как имущественных комплексов. При этом коммерческие обозначения не являются фирменными наименованиями и не подлежат обязательному включению в учредительные документы и Единый государственный реестр юридических лиц. Согласно п. 2 ст. 1538 ГК коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий. Для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначений [3]. В отличие от коммерческого обозначения, обладающего определенной оборотоспособностью, правом на фирменное наименование вообще нельзя распорядиться. Представляется, что в настоящее время существует путаница в терминах, обозначающих понятия «коммерческое обозначение» и «фирменное наименование», когда речь идет о переводах текстов официальных документов, затрагивающих режим данных средств индивидуализации.

© Ст.1475 ГК РФ содержит не все способы прекращения права на фирменное наименование. Таким образом, автор предлагает законодательно закрепить принцип исчерпания права на фирменное наименование в ст.1475 ч.5 ГК РФ: «Правовая охрана фирменного наименования может быть прекращена по решению суда в связи с его неиспользованием. Требование о прекращении

правовой охраны фирменного наименования может быть предъявлено в суд любым заинтересованным лицом».

Литература

1. Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: Комментарий / Под ред. проф. М.М. Богуславского. Вступ. статья Е.П. Питовранова. М.: Прогресс, 1977.

2. Сергеев А.П., Толстой Ю.К. Гражданское право: Учебник. В 3 т. Т. 2. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ТК Велби, Проспект, 2005.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая) от 30.11.1994г. №51-ФЗ с изм. от 05.05.2014г.: СЗ РФ, 1994, № 32, ст. 3301 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://fzrf.su/kodeks/gk-1/>.

4. Эрделевский А.М. Комментарий к Федеральному закону «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним». М.: БЕК, 1999.

5. Мосунов М. Дороже имени [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.birzhaplus.ru>.

© Бюллетень магистранта 2017 год № 4