

Некоторые проблемы защиты прав на фирменное наименование

Петрухин Александр Дмитриевич

Хабаровский государственный университет экономики и права

студент

Аннотация

В статье автор исследовал вопросы разграничения схожих и тождественных фирменных наименований при возникновении судебных споров. Выводы, изложенные в настоящей статье, могут быть использованы в правоприменительной практике.

Ключевые слова: средства индивидуализации, фирменное наименование, исключительное право на фирменное наименование, защита права на фирменное наименование.

Some problems of protection of the exclusive right to the commercial name

Petrukhin Alexander Dmitrievich

Khabarovsk State University of Economics and Law

student

Abstract

In the article author studies the issues of delimitation of similar and identical commercial name in case of arising of court disputes. The conclusions made in the article may be used in law-application practice.

Keywords: means of individualization, commercial name, exclusive right to the commercial name, protection of the exclusive right to the commercial name.

В современных экономических условиях на рынке товаров и услуг имеет место конкуренция. Наличие конкурентных отношений имеет важное значение, в первую очередь, для потребителей, которые могут выбрать конкретный товар среди различных производителей. Безусловно, при выборе соответствующего продукта для граждан приоритетное значение будут иметь его качество и репутация производителя. Аналогичная ситуация присутствует и на рынке услуг.

Индивидуализировать (обозначить, выделить) на рынке товаров и услуг участников гражданского оборота, а также производимую ими продукцию способны специальные обозначения, именуемые средствами индивидуализации. С развитием в Российской Федерации предпринимательской деятельности потребность в средствах индивидуализации неизменно возрастает, а, следовательно, возникает и необходимость надлежащего правового регулирования гражданского законодательства по указанному вопросу, в том числе должного внимания требует вопрос защиты исключительных

прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.

Наличие у юридического лица фирменного наименования способствует его индивидуализации как участника гражданского оборота и служит отличием такого юридического лица от иных ему подобных субъектов. Между тем, действующее законодательство не предусматривает экспертизу заявленных фирменных наименований, например, как это установлено в отношении товарных знаков. В связи с чем, на практике участились случаи наличия на рынке товаров и услуг коммерческих организаций со сходными или тождественными фирменными наименованиями.

В то же время юридическое лицо вправе требовать защиты исключительного права на фирменное наименование лишь при одновременном наличии следующих условий:

- если иное юридическое лицо использует такое же (тождественное) фирменное наименование либо сходное с ним до степени смешения;
- если оба юридических лица осуществляют аналогичную деятельность (п. 3 ст. 1474 ГК РФ) [1].

Юридическое лицо, использующее фирменное наименование с нарушений названных условий, по требованию правообладателя обязано по своему выбору прекратить использовать фирменное наименование в отношении тех видов деятельности, которые аналогичны деятельности правообладателя, либо изменить свое фирменное наименование. В любом случае юридическое лицо, неправомерно использующее фирменное наименование, обязано возместить правообладателю убытки. В случае отказа добровольно исполнить требование правообладателя, последний вправе обратиться в суд. Способом защиты в таком случае будет требование правообладателя о признании права на фирменное наименование и прекращении использования ответчиком в дальнейшем спорного фирменного наименования.

Законодатель признает исключительное право на фирменное наименование за тем юридическим лицом, чье фирменное наименование было включено в единый государственный реестр юридических лиц раньше. Поэтому в случаях, когда фирменные наименования юридических лиц являются тождественными, суд, как правило, разрешает спор в пользу лица, фирменное наименование которого зарегистрировано раньше.

Сложнее обстоит вопрос в ситуациях, когда фирменные наименования являются похожими и именно суду самостоятельно следует определить: действительно ли такие наименования схожи до степени смешения. Отсутствие в законодательстве критериев оценки обозначений на предмет того, являются ли фирменные наименования сходными до степени смешения, не способствует развитию единообразной судебной практики по данному вопросу.

Так, ранее Высший Арбитражный Суд РФ (ВАС РФ) высказывался в пользу участия в гражданском обороте юридических лиц с тождественными наименованиями, если различна их организационно-правовая форма [2].

С нашей точки зрения такая позиция является достаточно спорной. Неслучайно позднее ВАС РФ обозначил противоположную точку зрения по данному вопросу [3].

Представляется, что основными критериями, которыми следует руководствоваться по вопросу сходства фирменных наименований, являются затруднение индивидуализации таких юридических лиц и, как следствие, возможность введения в заблуждение потребителей и контрагентов. Об этом свидетельствует и судебная практика.

Так, ООО «Компания Ниппон Авто» обратилось в суд к обществу с ограниченной ответственностью «Ниппон Групп» об обязанности прекратить использование сходного до степени смешения фирменного наименования ООО «Компания Ниппон Авто» в отношении вида деятельности, связанного с техническим обслуживанием и ремонтом легковых автомобилей, путем исключения из фирменного наименования ответчика лексической единицы «Ниппон».

Отказывая в удовлетворении заявленного требования, суд указал следующее. Фирменные наименования сторон не являются сходными до степени смешения и не могут ввести в заблуждение потребителей и (или) контрагентов. Фирменное наименование ответчика не ассоциируется с фирменным наименованием истца, они отличны друг от друга, количество слов в наименованиях не совпадают, лексическая единица «Ниппон» находится в наименовании истца в середине, в наименовании ответчика - в начале. Несмотря на наличие в наименованиях сторон одинакового слова «Ниппон», фирменные наименования истца и ответчика в общем различны [4].

По другому делу суды первой и апелляционной инстанций, удовлетворяя требования об обязанности прекратить использование сходного до степени смешения фирменного наименования истца, исходили из того, что фирменные наименования спорящих сторон ЗАО «Соя» (истец) и ЗАО «Хабаровская Соя» (ответчик) схожи до степени смешения и эта степень сходства затрудняет их индивидуализацию при участии в хозяйственном обороте по аналогичному виду деятельности. Суды также отметили, что наличие в фирменном наименовании ответчика слово «Хабаровская» содержит указание на его территориальную принадлежность и географическое происхождение выпускаемой им продукции, что с учетом нахождения и экономической деятельности истца также в городе Хабаровске не влияет на идентификацию сторон [5].

Таким образом, не только степень смешения наименований имеет важное значение для идентификации юридических лиц, но и территория, на которой осуществляют свою деятельность такие юридические лица. Данный вывод подтвержден судебной практикой.

Так, еще Г.Ф. Шершеневич писал, что «Не может быть нарушением фирменного права вне области известности фирмы и деятельности торгового предприятия» [6, С. 193-194]. Аналогичную позицию высказывал А.П. Сергеев, отмечая, что «если предприниматели действуют в различных и не

пересекающихся друг с другом сферах (как деловых, так и территориальных), они вполне могут пользоваться сходными и даже тождественными наименованиями» [7, С. 572].

В свою очередь Э.П. Гаврилов особо отмечает, что фирменное наименование действует на всей территории России в силу прямого указания закона (ст. 1475) [8].

По-нашему же мнению, такой критерий как территория, в пределах которой осуществляют свою предпринимательскую деятельность спорящие стороны, необходимо учитывать при защите нарушенного права. Имеется в виду такая территория, на которой спорящие стороны получили свою известность за счет распространения товара, выполнения работ (оказания услуг). Представляется, что интересы юридических лиц, осуществляющих аналогичную предпринимательскую деятельность со схожими (или даже тождественными) фирменными наименованиями в различных регионах России, не пересекаются. В представленной ситуации отсутствует и нарушение права на фирменное наименование. В противном случае, если рассматриваемое исключительное право распространить на территорию всей страны, это значительно затруднит деловой оборот.

В целях формирования единообразной судебной практики по вопросу защиты права на фирменное наименование считаем, что критерий территориальности должен быть отражен в пункте 3 ст. 1474 ГК РФ.

Заметим, что система внесения записей о фирменном наименовании в ЕГРЮЛ является скорее технической операцией, которая не предусматривает правовую экспертизу заявленного фирменного наименования. Таким образом, на регистрирующий орган не возложена обязанность проверять фирменное наименование на соответствие требованиям действующего законодательства. Поэтому перед регистрацией юридического лица гражданам рекомендуется самостоятельно провести проверку соответствующих сведений на официальном сайте налоговой инспекции.

Самостоятельно правообладателем осуществляется и защита исключительного права на фирменное наименование, на что особо обращено внимание в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» [9].

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть 4): принят Государственной Думой 24 ноября 2006 г. // СЗ РФ. 2006. № 52 (Ч. 1). Ст. 5496.
2. Об отдельных решениях совещаний по арбитражной практике от 29 мая 1992 № С-13/ОПИ-122: Информационное письмо ВАС РФ // Вестник ВАС РФ. 1992. № 1.
3. Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с

- применением законодательства об интеллектуальной собственности: Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13 декабря 2007 № 122 // СПС Консультант Плюс.
4. Постановление ФАС ДВО от 24.09.2012 № Ф03-4055/2012 по делу № А51-22149/2011 // www.kad.arbitr.ru.
 5. Постановление ФАС ДВО от 29.07.2011 № Ф-03-3368/2011 по делу № А73-12621/2010 // www.kad.arbitr.ru.
 6. Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права. М., 1995. 556 с.
 7. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. М., 2004. 752 с.
 8. Гаврилов Э.П. Права на средства индивидуализации // Аналитический портал Отрасли права. 2017.
 9. О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации: Постановление Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009 // Российская газета. 2009. 22 апреля.