

Право на имя.

Такие дела в редких случаях становятся достоянием общественности, об этом не говорят на курсах начинающих предпринимателей. Но факт остается фактом: чуть ли не каждый предприниматель в один прекрасный день рискует получить исковое заявление с «понууждением к смене наименования». Это означает, что имя компании, в раскрутку которого всегда вкладываются деньги, придется изменить. Причин для этого множество, а вот способ избежать таких крупных неприятностей всего один.

Зона риска

Раньше первичной проверкой занималась налоговая. Нельзя было зарегистрировать компанию, если подобное название компании уже существовало. Теперь в инспекции различают фирмы по ОГРН. Так что любого коммерсанта, который не проверил «чистоту» названия, может ждать неприятный сюрприз – исковое заявление от конторы, возможно, зарегистрированной на другом конце страны, но занимающейся той же деятельностью.

Предполагается, что некоммерческие организации должны проверяться более тщательно. Так, например, уполномоченный орган вправе отказать в регистрации, если название НКО оскорбляет нравственность, национальные и религиозные чувства граждан и если такое наименование уже кем-то было зарегистрировано. Проводится ли такая проверка на самом деле (если да, то насколько тщательно) – большой вопрос. Иначе как можно объяснить факт, что в 2015 году в Красноярске появляется НКО «Подари жизнь», а в Москве такой фонд существует уже очень давно.

Справедливости ради нужно сказать: наш край не единственный, где возможен такой промах: «однофамильцев» фонда «Подари жизнь» по всей стране несколько десятков. Но вот заковыка: если коммерческое предприятие может отстоять свое право на имя в суде, то НКО такого права лишена. Именно поэтому в феврале Свердловский районный суд Красноярска отказал в требовании убрать из названия это словосочетание.

Похоже, этот прецедент станет толчком для изменения законодательства, касающегося некоммерческих организаций.

И Франция, и Англия, и Россия

Порядок присвоения имени коммерческому объекту регулируется статьей в Гражданском кодексе РФ «Фирменное наименование» и постановлением Правительства РФ о включении в наименование слов «Россия» и «Российская Федерация». Если бы бизнесмены перед регистрацией организации заглядывали в эти документы хотя бы мельком, проблем в их жизни было бы меньше. Первым пунктом в кодексе обозначен запрет на использование в названии полных или сокращенных наименований иностранных государств, а также производных от этих наименований. Регистрирующие органы не предупреждают об этом, а потом инспекция Федеральной налоговой службы подает иски в арбитражный суд с требованием к компаниям изменить названия. Такие «акции» налоговая проводит спорадически. Как именно выбираются компании, которые должны сменить наименование, не совсем понятно – слишком уж много у нас контор с названиями других стран. Так, например, вынуждены были сменить названия «Британика», «Дом итальянской кухни», «Продукт Белоруссии», «Китайская спецтехника» и многие другие. А вот компании «Францфуд ритейл» удалось отбиться – в суде они доказали, что фрагмент названия «франц» не является производным от Франции. С этим, конечно, можно поспорить, но судом было принято именно такое решение.

Еще строже законодательство в случае использования слов «Россия» и «Российская Федерация». После вступления в силу этих изменений в 2008 году многим организациям с иностранным капиталом пришлось срочно переименовываться или обращаться к специалистам за лингвистической экспертизой. Так, например, условная компания «Росттрейд» доказывала, что фрагмент «рос» налоговой в этом названии оказался, а образована организация от слова «рост». До сих пор не разглашается, что именно было в экспертизе «Росбанка», но факт остается фактом: название организация сохранила.

Такие ограничения действуют не только в нашей стране: в Великобритании, например, слова «Британия», «Англия», «Шотландия» и некоторые другие, а также «европейский», «национальный», «международный» можно использовать только с разрешения правительства. Немного смущает, конечно, в наших реалиях только то, что инициатором смены названия становится тот же орган, что его и регистрирует.

Как защититься?

Но даже если ваше фирменное имя не содержит названий стран, совсем не «российское», в нем нет выражений, оскорбляющих чьи-либо чувства, это еще не гарантия спокойной жизни. Вполне возможно, что найдется организация, которая либо зарегистрировалась раньше, либо успела запатентовать ваше же название. И тогда бизнесмена ждут многомиллионные иски и потеря имени, которая в условиях рынка может быть фатальна. Так, например, с прошлого года предприятие из Ставрополя (!) судится с красноярской строительной компанией за право использования словесного знака «Преображенский». Требование истца – запрет на использование наименования и компенсация в 6 млн рублей. И если тщательно проанализировать сайт Арбитражного суда РФ, становится понятно, что наша компания – не единственная, у которой возникли проблемы с этой организацией.

Каким может быть вывод? Название, как и всякая интеллектуальная собственность (логотип, торговая марка, эмблема), должно быть защищено. Сейчас запатентовать фирменное наименование можно в Красноярске, и пусть процедура эта небыстрая (от года до полутора) и не самая дешевая, оно того стоит. В противном случае в одночасье можно остаться без имени, к которому привыкли клиенты.

МНЕНИЕ



Анна ТРАПЕЗНИКОВА, кандидат филологических наук, эксперт по неймингу

«Каждое название должно пройти экспертизу»

– Наименования коммерческих организаций формируют речевой имидж нашего региона, именно поэтому перед регистрацией они должны проходить добровольную лингвистическую и юридическую экспертизу. С одной стороны, это помогло бы не допускать в городскую среду наименования с орфографическими ошибками,

затертые, спорные с точки зрения морали. С другой стороны, это помогло бы самим бизнесменам, которые в сложившейся ситуации зачастую беспомощны: не могут сами проверить оригинальность, благозвучность, удобство названия для горожан. Эту проверку должны проводить лингвисты-эксперты – и только по ее результатам рекомендовать варианты названий, которые могут гармонизировать языковой облик города. Я занимаюсь изучением фирменных наименований Красноярска больше 10 лет, знаю, насколько трудно иногда предпринимателям придумать название для своей организации, – и такая экспертиза была бы для них хорошим подспорьем.

Правила выбора имени

В фирменное наименование юридического лица не могут включаться:

- 1) полные или сокращенные официальные наименования иностранных государств, а также слова, производные от таких наименований;
- 2) полные или сокращенные официальные наименования федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления;
- 3) полные или сокращенные наименования общественных объединений;
- 4) обозначения, противоречащие общественным интересам, а также принципам гуманности и морали.

А когда можно включить «Россию»?

Включение слов «Российская Федерация» или «Россия» и их производных возможно, если юридическое лицо:

- имеет филиалы и (или) представительства на территории более чем половины субъектов Российской Федерации;
- в соответствии с законодательством отнесено к крупнейшему налогоплательщику;
- включено в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 %;
- занимает доминирующее положение на рынке определенного товара, а также в случае, если более 25 % голосующих акций или более 25 % уставного капитала находятся в собственности РФ.

<http://gnkk.ru/articles/pravo-na-imya.html>