



С.Ю. Филиппова • Ю.С. Харитонова

ИМИДЖ КОММЕРСАНТА: правовое регулирование и способы охраны


СТАТУТ
МОСКВА 2018

УДК 351.712
ББК 67.404.011.2
Ф 53

Филиппова Софья Юрьевна – канд. юрид. наук, доцент, доцент кафедры коммерческого права и основ правоведения юридического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова – введение (в соавт. с Ю.С. Харитоновой), гл. 2, 3, 5, 7.

Харитоновая Юлия Сергеевна – д-р юрид. наук, профессор, профессор кафедры предпринимательского права юридического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова – введение (в соавт. с С.Ю. Филипповой), гл. 1, 4, 6, 8.

Рецензенты:

доктор юридических наук, профессор *Е.П. Губин*,
заведующий кафедрой предпринимательского права Московского
государственного университета им. М.В. Ломоносова;

доктор юридических наук *М.А. Рожкова*,
эксперт РАН, профессор кафедры гражданского права
Московского государственного юридического университета
им. О.Е. Кутафина (МГЮА)

Филиппова С.Ю., Харитоновая Ю.С.

Ф 53 Имидж коммерсанта: правовое регулирование и способы охраны. – М.: Статут, 2018. – 288 с.

ISBN 978-5-8354-1423-9 (в пер.)

В издании рассматриваются правовые проблемы фиксации, сохранения и использования имиджа коммерсанта в предпринимательской деятельности, в связи с чем дается понятие имиджа, индивидуализации и идентификации субъектов коммерческой деятельности, рассматриваются правовые средства сохранения и использования имиджа субъектов, к которым отнесены фирменное наименование, имя гражданина и подпись, а также средства сохранения и использования имиджа бизнеса, к которым отнесены коммерческие обозначения, логотипы, фирменный стиль, доменные имена, наименования места происхождения товаров. Работа основана на анализе практики сохранения и использования имиджа коммерсантов. Книга будет полезна студентам, углубленно изучающим гражданское, предпринимательское, коммерческое право и право интеллектуальной собственности, а также специалистам в области юридического сопровождения продвижения товаров, работ и услуг.

УДК 351.712
ББК 67.404.011.2

ISBN 978-5-8354-1423-9

© С.Ю. Филиппова, Ю.С. Харитоновая, 2018
© А.М. Филиппова, иллюстрации, 2018
© Издательство «Статут», редподготовка, оформление, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Благодарности	6
Введение	7

РАЗДЕЛ 1

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ ОБОРОТЕ КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ ИМИДЖА КОММЕРСАНТА

Глава 1. Правовые механизмы создания и защиты

имиджа коммерсанта	10
Имидж коммерсанта как инструмент конкуренции	10
Правовые механизмы создания имиджа коммерсанта: институты идентификации и индивидуализации	15
Имидж, бренд, деловая репутация, гудвилл бизнеса	26
Правовые средства создания имиджа территорий ведения бизнеса	32

Глава 2. Индивидуализация и идентификация субъекта в коммерческом обороте: понятие, виды, средства

и их сравнение, охрана	44
Проблема индивидуализации и идентификации коммерсанта	44
Индивидуализация в гражданском обороте	46
Идентификация в торговом обороте	60

РАЗДЕЛ 2

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ И ИДЕНТИФИКАЦИЯ СУБЪЕКТОВ

Глава 3. Фирма как идентификатор коммерческого

юридического лица	66
Понятие, признаки и принципы фирменного наименования	66
Виды, состав и функции фирменного наименования	75
Требования к фирменному наименованию	83
Соотношение фирменного наименования со смежными категориями	91
Право на фирму (возникновение права на фирменное наименование, содержание права на фирменное наименование, защита права на фирменное наименование)	93

Глава 4. Идентификация гражданина-предпринимателя	104
Имя гражданина-предпринимателя как средство его идентификации и индивидуализации.....	104
Индивидуализация гражданина с помощью псевдонима.....	118
Оборотоспособность права на имя гражданина.....	127

Глава 5. Подпись как средство идентификации субъекта	145
Понятие и значение подписи.....	145
Аналоги собственноручной подписи.....	149
Электронная подпись.....	154
Подписание документов юридического лица.....	163
Правовые последствия отсутствия подписи.....	164

РАЗДЕЛ 3

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ИМУЩЕСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ КОММЕРСАНТОМ

Глава 6. Индивидуализация бизнеса	170
Коммерческое обозначение как средство индивидуализации.....	170
Предприятие как объект идентификации с помощью коммерческого обозначения.....	175
Критерии охраноспособности коммерческого обозначения.....	183
Особенности реализации прав на коммерческое обозначение.....	189
Фирменный стиль и запрет на его копирование в антимонопольном законодательстве.....	202

Глава 7. Индивидуализация интернет-сайтов, используемых коммерсантами	215
Дискуссия о природе доменного имени.....	215
Функции доменного имени.....	221
ICANN и ее место в системе делегирования доменных имен.....	223
Признаки доменного имени. Соотношение доменного имени со сходными объектами.....	226
Право на доменное имя.....	229
Регистрация доменных имен в России.....	232
Доменные споры.....	241

Глава 8. Индивидуализация территорий ведения бизнеса	
и мест происхождения товара	248
Наименование места происхождения товара как охраняемый объект.....	248
Наименование места происхождения товара и географический объект.....	261
Наименование места происхождения товара и географическое указание.....	266
Исключительное право на наименование места происхождения товара: содержание и ограничения.....	275
Заключение	286