



Rejent \* rok 13 \* nr 7-8(147-148)  
lipiec-sierpień 2003 r.

## Recenzja

**Bogusław Sołtys, *Nazwy handlowe i ich ochrona  
w prawie polskim,*  
Kraków 2003, stron 442**

Gospodarka rynkowa generuje różne potrzeby, w tym także szczególnego znaczenia nabierają nazwy handlowe, za pomocą których oznacza się osoby prowadzące działalność gospodarczą.

Przez „nazwę” rozumie się wyraz, nazwanie, miano, określenie, termin, tytuł, markę, a nawet nazwisko czy też imię. „Nazwa” ma bogatą etymologię oraz wieloznaczeniowe zastosowanie i koneksje także prawne; „nazwa” wiąże się ze „słowem” to zaś – jak zauważa się w literaturze jest wielką tajemnicą. Co więcej, „słowo” było w historii uważane za narzędzie aktywności ludzkiej, stanowiło jednocześnie instrument tajemniczy, wymagający szacunku i wyzwalało aktywność człowieka. Magiczna siła słowa tkwi w jego zdolności wywoływania obrazów. Jest ono niewidzialnym znakiem rzeczy spostrzeganych zmysłami. O charakterze słowa (i nie tylko) pisze m.in. J. Parandowski, *Alchemia słowa*, Warszawa 1998, s. 116.

Różne znaczenie słowa odczytywać też można w nazwie handlowej, która przywołuje skojarzenia nie zawsze czytelne i zrozumiałe dla przeciętnego uczestnika obrotu gospodarczego. Nierzadko też właściwie pojmowane jest przez przedsiębiorcę, czyli osobę, która w swojej działalności gospodarczej powinna korzystać z bogatego arsenałów środków

wyrazu, w tym także w swym działaniu winna sięgać do słownika handlowego.

Nawiązując do genezy nazw handlowych w historii rozwoju społeczeństwa, obudowując to zagadnienie przepisami prawa, Autor zagląda do źródeł prawa i ukazuje ewolucję nazw handlowych w obrocie prawnym i gospodarczym. Po raz pierwszy mamy możliwość tak gruntownego przejrzenia tej problematyki, choć próby wcześniej były już podejmowane w doktrynie prawa. Niemniej jednak pozycja B. Sołtysa jest bez wątpienia zauważalna i odznacza się prawną zawartością. Jest też, co warto podkreślić, w wielu momentach kontrowersyjna i wywołuje spory i emocje intelektualne. Lecz to, jak uważam, stanowi walor tej książki. Najgorzej bowiem jest, gdy monografia okazuje się bez wyrazu, wszystkim się podoba lub też nikt o niej nie ma własnego zadania. Tak w tym przypadku nie jest, o czym przekonał się Autor w toku obrony pracy doktorskiej, gdy musiał udowadniać na forum publicznym swoje racje i stawiane tezy. Wysiłek badawczy teoretycznoprawny zawarty w pracy doktorskiej poświęconej problematyce nazw handlowych i ich ochronie w prawie polskim został doceniony, stając się kanwą recenzowanej książki.

Autor powinien być dobrze znany w środowisku polskich notariuszy. Choć jego pozycja *Pojęcie i charakter klienteli w prawie polskim* była publikowana dość dawno, bo w 1995 r. w ramach pozycji wydawniczych Rejenta, stanowi jednak jedno z nielicznych współczesnych opracowań poświęconych tej problematyce. B. Sołtys jest autorem licznych publikacji z zakresu prawa gospodarczego i handlowego. Pracuje jako nauczyciel akademicki na Uniwersytecie Wrocławskim, wykonuje zawód radcy prawnego, a także pełni funkcję sekretarza i arbitra w Stałym Sądzie Polubownym przy Dolnośląskiej Izbie Gospodarczej we Wrocławiu.

Praca ta ukazuje instytucję nazw handlowych w sposób kompleksowy i usystematyzowany, co stanowi bez wątpienia istotny walor naukowo-badawczy. Wpisuje się w działania reformujące prawo gospodarcze i handlowe, a także w nowelizację przepisów kodeksu cywilnego.

Termin „nazwa handlowa” występuje w krajowej legislaturze dość rzadko; posługuje się nim tylko ustawa z 1999 r. o języku polskim. Na ogół w aktach prawnych spotyka się inne terminy, takie jak firma, nazwa, oznaczenie przedsiębiorcy, oznaczenie przedsiębiorstwa, nie oddają one jednak głębi treści pojęcia nazw handlowych. Tak postawiona teza wy-

ściowa legła u podstaw prac badawczych, jakie przeprowadził Autor na tle doktryny, orzecnictwa i legislatury.

W pełni zatem należy zgodzić się z poglądem Autora, że pojęcie nazw handlowych łączy w sobie wiele istotnych elementów i znaczeniowo ma szerszą treść niż te, które są stosowane w obrocie prawnym i gospodarczym. Przywrócenie roli i wyznaczenie nowego miejsca nazwom handlowym w doktrynie i praktyce, to zadanie, jakie stawia sobie Autor w omawianej pracy.

Książka składa się z trzech rozdziałów, wyposażona jest w bogaty zestaw skrótów, interesujący wstęp, w którym Autor ocenia ogólnie stan doktryny i prawa w omawianej dziedzinie, dokonuje pierwszych ocen i formułuje podstawowe tezy, jakie zamierza w pracy udowodnić, posługując się przy tym argumentacją prawną i wymogami praktycznymi. Uzupełnieniem pracy jest bogata bibliografia, obejmująca wiele pozycji, jakie ukazały się na łamach prasy fachowej i literatury przedmiotu.

Nazwy handlowe w systemie prawa są przedmiotem rozdziału I, w którym B. Sołtys sięga do rozwoju cywilizacji i kultury społeczeństw, dzieląc je na okres starożytności, średniowiecza, nowożytność oraz współczesność. Dokonuje w sposób niezwykle przystępny analizy historycznej instytucji nazw handlowych, przedstawiając jednocześnie w skrótowy sposób rozwój jej ochrony prawnej (s. 19-24). Znacznie głębiej odwołuje się do źródeł regulacji nazw handlowych, przypominając o historycznych już aktach prawnych ( np. Kodeks handlowych z 1934 r.), by dojść do aktualnego prawa krajowego, powiązanego z przepisami prawa międzynarodowego. Zauważa jednak, że jak do tej pory obowiązuje nas jedynie umowa międzynarodowa, którą Rzeczpospolita jest zobowiązana stosować i przestrzegać w odniesieniu do nazw handlowych, natomiast wynikające z Układu Europejskiego zobowiązanie do harmonizacji polskiego prawa i prawa europejskiego trudno wdrażać, bowiem w prawie unijnym brak jest regulacji bezpośrednio dotyczących nazw handlowych. Daleka jest też droga do ich uchwalenia. Nie oznacza to jednak, że proces harmonizacji krajowych i unijnych przepisów w zakresie nazw handlowych utknął w martwym punkcie. Istnieje przecież możliwość skorzystania z fragmentarycznych lub pośrednich regulacji Unii Europejskiej, które mają zastosowanie do nazw handlowych.

Niezwykle przydatna dla zrozumienia istoty nazw handlowych jest analiza pojęcia i rodzajów nazw handlowych (s. 33-40). Uzupełnieniem tej części jest prezentacja nazw handlowych na tle instytucji o zbliżonym charakterze (s. 41-76). Podobną rolę pełni omówienie ich funkcji i ogólnogospodarczego znaczenia (s. 76-90) oraz klasyfikacja i charakter prawa do nazw handlowych (s. 90-105).

Główny trzon monografii stanowią rozdziały drugi i trzeci, w których B. Sołtys przeprowadza analizę jurystyczną konstrukcji i treści prawa do nazwy handlowej oraz jej ochronę. Nazwy handlowe rządzą się pewnymi zasadami, których znajomość należy do kanonu postępowania, czyli reguł, jakie towarzyszą przy posługiwaniu się tymi nazwami w obrocie prawnym i gospodarczym. Zasady odnoszące się do nazw handlowych mają charakter ogólny lub szczególny, są normatywne oraz zwyczajowe; ich źródłem są akty generalne o charakterze normatywnym lub indywidualne (decyzje administracyjne). Każdy z nich ma swoją rolę i funkcję do spełnienia, w zależności od tego, na jakim etapie znajduje się uczestnik obrotu gospodarczego.

Jedną z naczelnych zasad jest zasada obierania oraz używania nazw handlowych (s. 106). Wynika ona z obowiązujących przepisów i ma charakter dyscyplinujący, ogranicza bowiem swobodę posługiwania się nazwami i nadawania im dowolnej treści. Z zasady tej wynikają szczegółowe reguły, takie jak zasada zgodności z prawem, zasadami współżycia społecznego oraz dobrymi obyczajami, zasada prawdziwości oznaczeń i niewprowadzania odbiorców w błąd oraz nienaruszania praw podmiotowych osób trzecich. W doktrynie, na którą Autor się powołuje, spotyka się także zasadę jedności, jawności, wyłączności oraz ciągłości, do których B. Sołtys nawiązuje w niezbędny dla prowadzonego toku rozważań sposób, o ile dotyczy to zasady obierania oraz używania nazw handlowych.

Niezwykle cenne teoretyczne i praktyczne rozważania przeprowadza, omawiając powstanie prawa do nazwy handlowej (s. 180-188). Stawia tezę, że prawa podmiotowe do nazw handlowych nabywa się w następstwie używania nazw w obrocie w celu identyfikacji przedsiębiorców oraz prowadzonej przez nich działalności w formie przedsiębiorstwa w znaczeniu przedmiotowym. Inaczej mówiąc, prawo do nazwy handlowej rodzi się z chwilą wypełnienia swoich funkcji przez uczestnika obrotu,

czyli z momentem jego działania na rynku gospodarczym, choć możliwe jest także nabycie praw do nazw handlowych w wyniku sukcesji praw podmiotowych. Trudno to jednak kategorycznie stwierdzić, ponieważ przepisy prawa nie określają momentu powstania praw podmiotowych do nazw handlowych, nie instruuje jak w takich przypadkach należy stwierdzić, że prawa zaistniały w obrocie prawnym. Interesująca też wydaje się kwestia formy nabycia tego typu praw podmiotowych, choć generalnie można przyjąć, że nie jest konieczne zachowanie jakiejś szczególnej formy, by nabycie tych praw stało się skuteczne prawnie. Autor dokonuje wnikliwej analizy prawnej nabycia prawa do nazwy handlowej na tle spółek handlowych, a zwłaszcza w odniesieniu do spółek kapitałowych „w organizacji”. Zauważa, że nazwy handlowe powstają wraz z powstaniem tych spółek, a nie z chwilą ich wpisu do rejestru sądowego. Jest to wyraźne odstępstwo od związania podmiotowości spółek kapitałowych z czynnościami rejestrowymi. Taka sytuacja prawna spółek kapitałowych „w organizacji” generuje różne problemy, w tym także dotyczące prawa do nazwy handlowej.

Prawo do nazwy handlowej jest prawem bezwzględny, skutecznym *erga omnes*, o charakterze osobisto-majątkowym, w treści którego elementy niemajątkowe lub majątkowe mogą występować w różnym natężeniu i napięciu. Nie oznacza to jednak, że prawo do nazwy handlowej ma wymiar totalny i powszechny, istnieje bowiem pewien zakres jego wyłączeń, który Autor omawia na tle wyłączeń osobowych, przedmiotowych, terytorialnych oraz czasowych (s. 188-200).

Z istoty treści prawa do nazwy handlowej B. Sołtys wyprowadza wiązki uprawnień, które dzieli na grupy, by je szczegółowo przeanalizować doktrynalnie, wskazując przy tym na korzyści praktyczne, jakie z tego wynikają. Nazwa handlowa jest, co warto podkreślić, nośnikiem różnego rodzaju dóbr niematerialnych i majątkowych, które wchodzi w skład majątku przedsiębiorcy. Nierozzerwalny związek, jaki istnieje między nazwą handlową a statusem przedsiębiorcy wydaje się oczywistością przynoszącą efekty ekonomiczne dla przedsiębiorcy, gdy odbiorcy dobrze kojarzą nazwę handlową z konkretnym przedsiębiorcą.

Szczególnie cennym, w razie naruszenia prawa przedsiębiorcy do nazwy handlowej, jest katalog roszczeń, jaki jemu przysługuje po spełnieniu określonych warunków. Autor przytacza 13 uprawnień przybierających

postać konkretnych roszczeń (s. 206). Jest to jednocześnie niezwykle szeroki zestaw środków „obronnych”, jakie może zastosować każdy przedsiębiorca w takiej sytuacji prawnej i faktycznej. Uwagi te godne są polecenia każdemu, kto prowadzi działalność gospodarczą. Mogą się one też przydać tym, którzy wykonują działalność zawodową. Na tle bowiem nowej definicji przedsiębiorcy, jaka została sformułowana w znowelizowanym kodeksie cywilnym, zakres tego pojęcia obejmie osoby prawne, osoby fizyczne oraz jednostki organizacyjne nie mające osobowości prawnej, wykonujące działalność gospodarczą i zawodową. Oznacza to, że taka definicja ma znacznie szerszy krąg podmiotowy, odnosi się bowiem także do osób wykonujących „wolny zawód”, w tym także „zawód zaufania publicznego”.

Prawo do nazwy handlowej nie jest prawem statycznym, ma charakter dynamiczny, może podlegać obciążeniom i zbyciu poprzez różnego rodzaju czynności prawne. Obrót prawem do nazwy handlowej może się odbywać w ramach obowiązujących rygorów prawnych, pod kontrolą ustawodawcy zarówno co do treści, jak i formy dokumentowania tych czynności prawnych (s. 207-216). Warto też zauważyć, że prawo do nazwy handlowej nie jest prawem wiecznym i może gasnąć w wyniku różnych zdarzeń powodujących ustanie prawa do nazwy handlowej. Do najczęściej spotykanych wypadków należy wszczęcie postępowania likwidacyjnego, śmierć osoby fizycznej i wykreślenie jej z właściwego rejestru, ogłoszenie upadłości przedsiębiorcy. B. Sołtys omawia te przypadki i je analizuje, wskazując jednocześnie na ich związek z ustaniem prawa do nazwy handlowej. Prawo do nazwy handlowej nie może istnieć bez jego podmiotu, ma z nim powiązany swój „los” prawny, choć co do wygasania z chwilą ustania podmiotowości przedsiębiorcy spotyka się różne opinie w doktrynie prawa. B. Sołtys zajmuje własne stanowisko w tej sprawie, podając przykłady, kiedy prawo podmiotowe do nazwy handlowej wygasa, a kiedy nie można mówić o jego wygaśnięciu, zwłaszcza gdy może się ono wiązać ze zmianą (lub jego modyfikacją) treści prawa do nazwy handlowej, co z kolei może być wynikiem woli stron lub nakazu wynikającego z reguły używania nazw czy wreszcie z orzeczenia sądowego.

Prawo do nazw handlowych musi znajdować się pod normatywną ochroną ustawodawcy. Tym sprawom poświęcony jest rozdział trzeci książki (s. 222-388). W tej części pracy Autor omawia rolę i znaczenie umów międzynarodowych chroniących nazwy handlowe. Głównym kon-

traktem międzynarodowym spełniającym to zadanie jest Konwencja paryska o ochronie własności przemysłowej. Jest to, jak do tej pory, jedyna umowa międzynarodowa, którą Rzeczpospolita zobowiązana jest stosować i przestrzegać. Jest ona dość szczegółowo omówiona w powiązaniu z przepisami prawa polskiego, jakie w tej mierze obowiązują.

Ochrona nazw handlowych występowała w polskim Kodeksie handlowym z 1934 r. B. Sołtys analizuje jego przepisy, które odnosiły się do tej kwestii. Sięga także do innych aktów prawnych zajmujących się procedurą sądową, w tym zwłaszcza trybem rejestrowym. Znacznie skuteczniejszą ochronę nazw handlowych niż kodeks handlowy dają przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, którą B. Sołtys szeroko i wnikliwie omawia, podkreślając przy tym jej kompleksowość i uniwersalność.

Do ochrony nazw handlowych powołany jest także kodeks cywilny i kodeks postępowania cywilnego. Te dwa filary cywilnego prawa materialnego i procesowego mają zapewnić ochronę interesów zarówno niemajątkowych, jak i majątkowych związanych z używaniem nazw handlowych, niezależnie od ochrony przewidzianej w innych aktach prawnych. Jak spełniają swoją rolę, czy są skuteczne, czy dobrze lub źle służą ochronie prawnej i gospodarczej nazw handlowych? To pytania, jakie stawia B. Sołtys, próbując na nie odpowiedzieć. Odnosi się także do projektu nowelizacji kodeksu cywilnego w zakresie ochrony firmy. Autor stwierdza, że projektowane rozwiązania budzą wiele istotnych zastrzeżeń. Idzie dalej w ocenie projektu zmian w kodeksie cywilnym, konstatując, że wprowadzenie ich do obowiązującego systemu prawa spowodować może więcej zamieszania niż pożytku. Uwagi B. Sołtysa w tym względzie są niezwykle cenne dla ustawodawcy, gdyż na tle wnikliwej analizy jurystycznej i doktrynalnej stawia on diagnozę odnoszącą się do trafności i słuszności projektowanych rozwiązań w zakresie ochrony firmy.

Najnowszym aktem prawnym z zakresu ochrony nazwy handlowej jest ustawa z 2000 r. – Prawo własności przemysłowej, która obowiązuje od 22 sierpnia 2001 r. Regulacja ta zastąpiła wiele innych ustaw zajmujących się poszczególnymi dobrami wchodzącymi w zakres pojęcia własności przemysłowej. Stała się swoistego rodzaju „ustawą zasadniczą”, odnoszącą się do własności przemysłowej. Nie jest ona, co podkreśla B. Sołtys, wolna od wad, budzi szereg zastrzeżeń i wątpliwości, na co zwracają

uwagę przedstawiciele doktryny. Autor podejmuje próbę wskazania tych problemów, które już teraz wywołują poważne kontrowersje teoretyczno-praktyczne. Sygnalizuje następne, które mogą być zarzewiem sporów lub konfliktu interesów prawnych.

Ochrona nazw handlowych na tle ustawy – Prawo własności przemysłowej ma polegać na sformułowaniu przeszkód w uzyskaniu przez inne osoby praw ochronnych oraz praw z rejestracji na zbieżne z nazwą handlową oznaczenia, a także pewnych środków proceduralnych o charakterze prewencyjnym. Tak sformułowana teza jest punktem wyjścia dla ilustracji normatywnych zabezpieczeń, jakie wprowadził ustawodawca w omawianej regulacji. Opierają się one – zdaniem B. Sołtysa – na instrumentach formalnoprawnych, w tym administracyjnych, sądowno-administracyjnych i sądowych. Arsenal tych środków wydaje się skuteczny, zwłaszcza gdy na straży ich przestrzegania stoi Urząd Patentowy (s. 379 i nast.), a w nieco dalszym tle Naczelny Sąd Administracyjny (s. 387 i nast.). Analizując przepisy ustawy – Prawo własności przemysłowej w odniesieniu do ochrony nazw handlowych B. Sołtys dochodzi do ciekawej konkluzji, że wobec wielu kontrowersyjnych przepisów budzących zastrzeżenia zachodzi potrzeba jej nowelizacji. Jak można się domyślać, dość gruntownej. Obecne bowiem rozwiązania zamiast zapewnić właściwą ochronę prawa z zakresu własności przemysłowej, w tym także nazwy handlowej, nie spełniają swej zasadniczej roli. Zamiast gwarantować ochronę prawną własności przemysłowej, stworzyły zagrożenie dla jej bezpieczeństwa prawnego. Taki stan musi niepokoić.

Niezbędnym uzupełnieniem ochrony nazw handlowych jest problem kumulacji i zabezpieczenia roszczeń. Zajmuje się tym Autor na s. 388-404, omawiając zagadnienia w sposób syntetyczny i skrótowy.

Książka ma wyraźne zakończenie, w którym B. Sołtys dokonuje rekapitulacji swoich rozważań, wywodów, uwag i wniosków. Część ta wydaje się niezwykle cenna. Pozwala bowiem w sposób ogólny spojrzeć na poruszaną w monografii problematykę nazwy handlowej i jej ochronę prawną, jest też okazją do sformułowania postulatów *de lege lata i de lege ferenda*.

W zakończeniu recenzowanej monografii B. Sołtys daje ocenę stanu faktycznego i prawnego, jaki obowiązuje w zakresie nazw handlowych i ich ochronie w prawie polskim. Konfrontacja aktualnych rozwiązań



prawnych z potrzebami praktycznymi, odnoszącymi się do nazw handlowych, nie wypada imponująco. Chociażby w sferze ustalenia podstawowych pojęć prawnych okazuje się, że obowiązujące przepisy prawa nie zawierają definicji terminu „nazwa handlowa”, rzadko się też tym wyrażeniem posługują. Rodzi się pytanie, czy jest to przypadek, czy też nieprawidłowość, a może nieporadność ustawodawcy, który nie dostrzeża istoty prawa do nazw handlowych. Nie widzi też ewolucyjnego charakteru prawnego tej kategorii prawa cywilnego (gospodarczego).

Wydaje się, że przywrócenie do słownika terminów prawa pojęcia „nazwa handlowa” jest zabiegiem niezbędnym i oczywistym, tak jak nieodzownym jest jego normatywne zdefiniowanie. Ma to znaczący wpływ i różnorakie asocjacje prawne kumulowane w pojęciu przedsiębiorcy czy też definicji przedsiębiorstwa, pojmowane w sposób złożony i wielopoziomowy. Obok tych zagadnień B. Sołtys wskazuje na inne potrzeby wymagające kompleksowego uregulowania zasad tworzenia nazw wszystkich podmiotów prawa cywilnego oraz nabywania praw podmiotowych i wykonywania praw do nazw handlowych. Trudno nie zgodzić się z propozycją wytyczenia pewnej strategii prawnej odnoszącej się do uporządkowania kwestii nazwy handlowej i jej ochrony w prawie polskim. Nie można bowiem konserwować stanu prawnego, jaki obecnie obowiązuje w tym zakresie, budzącego liczne wątpliwości teoretyczne i praktyczne. Nie godzi się na to także Autor tej interesującej książki, nie tylko wskazując rozwiązania czy też je intelektualnie kontestując, ale, co warto podkreślić, stawiając wnioski i proponując ustawodawcy własne rozwiązania.

Książka ma mocne walory teoretyczne wsparte bogatą i celną argumentacją; ma też wyraźny aspekt praktyczny, odnoszący się do życia gospodarczego. Jest adresowana do prawników-praktyków, w tym także do polskich notariuszy, którzy sporządzając liczne umowy spółek handlowych, spotykają się z pojęciem nazwy czy też nazw handlowych. Monografia stanowi poważny dorobek naukowy w tej dziedzinie. Otwierając nowe możliwości przed ustawodawcą, nie zapomina o polskich (i nie tylko) przedsiębiorcach.

*Jerzy Jacyszyn*