

УДК 347.77

ОФИЦИАЛЬНОЕ НАИМЕНОВАНИЕ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК ЧАСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО БРЕНДА

А.А. Антипов¹, А.А. Светлорусов¹

¹Университет ИТМО

Адрес для переписки: apt102@yandex.ru

Информация о статье:

Поступила в редакцию 28.07.2020, принята к печати 19.08.2020

Язык статьи – русский

Ссылка для цитирования: Антипов А.А., Светлорусов А.А. Официальное наименование субъекта Российской Федерации как часть регионального бренда // Экономика. Право. Инновации. 2020. № 3. С. 30–36.

Аннотация: В статье рассматриваются правовые аспекты охраны регионального бренда при использовании официального наименования субъекта Российской Федерации юридическими лицами в своих наименованиях. Приводится понятие «региональный бренд», одним из элементов которого является официальное наименование субъекта России. Проведено разграничение между понятиями: наименование, фирменное наименование, официальное наименование субъекта Российской Федерации. Рассмотрены правовые особенности включения юридическими лицами в свои наименования официального наименования как Российской Федерации, так и субъекта РФ. Исследован опыт регионов, в которых определен порядок использования их официальных словесных символов в наименованиях юридических лиц. Приведены примеры возможных злоупотреблений при отсутствии нормативного регулирования использования официального наименования региона в наименованиях юридических лиц. Сделаны выводы и предложения по совершенствованию как федерального, так и регионального законодательства в исследуемой сфере.

Ключевые слова: наименование юридического лица, фирменное наименование, официальное наименование субъекта РФ, официальная символика субъекта РФ, интеллектуальная собственность, средства индивидуализации, бренд, региональный бренд

THE OFFICIAL NAME OF THE SUBJECT OF THE RUSSIAN FEDERATION AS PART OF A REGIONAL BRAND

A. Antipov¹, A. Svetlorusov¹

¹ITMO University

Corresponding authors: apt102@yandex.ru

Article info:

Received 28.07.2020, accepted 19.08.2020

Article in Russian

For citation: A. Antipov, A. Svetlorusov. The official name of the subject of the Russian Federation as part of a regional brand. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2020. No. 3. pp. 30–36.

Abstract: The article discusses the legal aspects of the protection of a regional brand when using the official name of the subject of the Russian Federation by legal entities in their names. The paper presents the concept of «regional brand», one of the elements of which is the official name of the subject of Russia. A distinction has been made between the concepts: name, firm name, official name of the subject of the Russian Federation. The legal features of including the official names of both the Russian Federation and the subject of the Russian Federation in their names by legal entities are considered. The experience of regions in which the procedure of using their official verbal symbols in the names of legal entities is determined is investigated. Examples of possible abuses in the absence of normative regulation of the use of the official name of the region in the names of legal entities are given. Conclusions and proposals are made for improving both federal and regional legislation in the area under study.

Keywords: name of legal entity, company name, official name of the subject of the Russian Federation, official symbols of the subject of the Russian Federation, intellectual property, means of individualization, brand, regional brand

Введение. В последние пять лет многие субъекты Российской Федерации предпринимают попытки создать свой региональный бренд, который характеризует уникальные особенности региона. Рассматриваемые бренды должны способствовать региональным производителям в продвижении своих товаров.

Правовой дефиниции «бренд» в России не существует. Как правило, под региональным брендом понимаются различные средства визуального оформления идентичности субъекта РФ, а также комплекс ассоциаций, связанных с его репутацией [6].

Одним из составляющих регионального бренда является официальное наименование субъекта РФ. Многие юридические лица включают в свои наименования или фирменные наименования официальное наименование субъекта РФ или производные от него слова. Подобные действия в определённых случаях могут вводить в заблуждение потребителей и вызывать негативные ассоциации с региональным брендом [7].

Цель исследования. Целью работы является рассмотрение правовых аспектов использования юридическими лицами в своих наименованиях официального наименования субъекта РФ как одного из элементов регионального бренда.

Методы и материалы исследования. При написании настоящей работы были рассмотрены как положения российского законодательства, посвящённые фирменному наименованию и включению в него официальных наименований субъектов России, так и нормативные правовые акты субъектов РФ, регулирующие использование официального наименования региона другими лицами.

В ходе проведения исследования использовались следующие методы: анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение, а также формально-юридический.

Результаты исследования.

Злоупотребления при использовании юридическими лицами в своих наименованиях официального наименования субъек-

та РФ и возможные меры пресечения данных действий. Пункт 1 статьи 54 Гражданского кодекса РФ предусматривает, что каждое юридическое лицо имеет наименование. В зависимости от вида юридического лица употребляются различные формулировки. Так, некоммерческие организации имеют наименование, а коммерческие организации на основании пункта 4 статьи 54 ГК РФ имеют фирменное наименование, являющееся объектом интеллектуальной собственности [2]. Наименования некоммерческих организаций, а также официальные наименования субъектов РФ не относятся к объектам интеллектуальных прав, соответственно действие части 4 ГК РФ на них не распространяется.

Особое внимание необходимо уделить фирменному наименованию, так как под ним коммерческие организации выступают в гражданском обороте. Согласно пункту 1 статьи 1474 ГК РФ производитель вправе размещать своё фирменное наименование на товарах и их упаковках [3]. В данном случае фактически возможна подмена товарного знака, географического указания или наименования места происхождения товара фирменным наименованием, которое, например, также может быть выполнено крупным шрифтом на лицевой части упаковки товара. Например, в Едином государственном реестре юридических лиц содержится запись об обществе с ограниченной ответственностью «Вологодское кружево», основной вид деятельности которого: «Производство кружевного сетчатого и гардинно-тюлевого полотна, а также кружев и вышитых изделий, в кусках, в форме полос или отдельных вышивок» [11]. В то же время «Вологодское кружево» является зарегистрированным наименованием места происхождения товара (далее – НМПТ) в РФ. Согласно открытому реестру НМПТ РФ только два лица обладают свидетельством на НМПТ «Вологодское кружево», и ООО «Вологодское кружево» к ним не относится [1]. На наш взгляд, в рассмотренной ситуации возможно введе-

ние потребителей в заблуждение, что недопустимо.

В некоторых зарубежных странах использование наименования страны или региона регулируется на нормативном уровне. Так, в Швейцарии в ординансе, регулирующем использование слова «Swiss» для часов, (Ordinance regulating the use of the word «Swiss» for watches) от 23.12.1971 (ред. от 01.01.2017) установлено множество условий для использования производителями часов обозначения страны. Например, механизм часов должен быть разработан и помещён в корпус в Швейцарии, не менее 60% производственных затрат должны приходиться на Швейцарию и т.д. [13]. Одной из главных целей данного нормативного акта является обеспечение интересов потребителей, которые при покупке швейцарских часов ожидают их высокое качество [12].

В случае использования производителем в своём фирменном наименовании официального наименования субъекта РФ, у потребителей может сложиться впечатление о происхождении товара из определенного региона России, но, вполне возможно, что товар не будет иметь к нему никакого отношения. К примеру, если товар окажется некачественным, то ожидаемо у потребителя возникнут негативные ассоциации с конкретным производителем, что может негативно повлиять и на репутацию субъекта РФ.

При обращении к ЕГРЮЛ можно обнаружить большое количество юридических лиц, использующих официальное наименование субъекта РФ в своих фирменных наименованиях. Также часто юридические лица, зарегистрированные в одном субъекте РФ, используют в своём фирменном наименовании официальное наименование другого региона России. Подобная ситуация возникает, когда производитель хочет вызвать у потребителей положительные ассоциации, связанные с определённым регионом. Например, ООО «Вологодское» зарегистрировано в Ивановской области, ООО «Вологодский продукт» – в Республике Карелия, а ООО «Республика Карелия» – в г. Санкт-Петербург и т.д. [11].

Пункт 4 статьи 1473 ГК РФ предусматривает возможность включения только в фирменное наименование государственного

унитарного предприятия указания на принадлежность его субъекту РФ [3]. В отношении других юридических лиц ГК РФ прямо не регламентирует рассматриваемый вопрос.

На наш взгляд, регионы должны контролировать использование юридическими лицами в своих наименованиях официального наименования субъекта РФ, тем самым подерживая репутацию своего регионального бренда. Пункт 1 статьи 54 ГК РФ предусматривает возможность субъекта РФ своим нормативным правовым актом установить порядок использования официального наименования субъекта РФ в наименованиях юридических лиц, как коммерческих, так и некоммерческих [2].

Рассматриваемое положение аналогично закреплённому в пункте 1 статьи 1473 ГК РФ, которое предусматривает принятие Правительством РФ порядка выдачи разрешения на включение официального наименования «Российская Федерация» или «Россия», а также производных от них слов в фирменное наименование юридического лица [3]. В Постановлении Правительства РФ от 03 февраля 2010 г. № 52 определен указанный порядок. Пунктом 2 данного документа предусмотрено три самостоятельных основания для выдачи такого разрешения, к примеру, юридическое лицо имеет филиалы и (или) представительства в более, чем половине российских регионов или относится к числу крупнейших налогоплательщиков и т.д. Указанное разрешение выдаётся Министерством юстиции РФ [10].

Субъекты РФ вправе нормативно устанавливать правила включения своего официального наименования в наименования юридических лиц, а также критерии, которым должны соответствовать последние. К таким условиям может относиться, к примеру, обязательная регистрация юридического лица на территории субъекта РФ, определённый период деятельности и т.д.

Возможность определения порядка включения в фирменное наименование слов, производных от официального наименования Российской Федерации, предусмотрена в пункте 4 статьи 1473 ГК РФ [3]. Однако в отношении официального наименования субъекта РФ пунктом 1 статьи 54 ГК РФ не предусмотрена возможность нормативно

определять порядок использования производных от данных наименований слов [2].

На наш взгляд, необходимо изложить последний абзац пункта 1 статьи 54 ГК РФ в следующей редакции: «Нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации может быть установлен порядок использования в наименованиях юридических лиц официального наименования субъектов Российской Федерации, а также слов производных от этого наименования».

Положение статьи 54 ГК РФ об официальном наименовании России содержится также в статье 1473 ГК РФ, но в отличие от первой статьи применяется не ко всем наименованиям юридических лиц, а только к фирменным наименованиям. В то же время норма об использовании официального наименования субъекта РФ в фирменном наименовании не содержится в статье 1473 ГК РФ [3]. Для правовой определенности следует дополнить пункт 4 статьи 1473 ГК РФ абзацем об использовании официального наименования субъекта РФ в фирменном наименовании юридического лица, аналогично предложенной выше редакции последнего абзаца пункта 1 статьи 54 ГК РФ.

Опыт российских регионов по нормативному регулированию использования официального наименования субъекта РФ в наименованиях юридических лиц. Основными примерами субъектов РФ, в которых принят нормативный правовой акт, регулирующий использование официального наименования региона в наименованиях юридических лиц, являются города федерального значения Санкт-Петербург и Москва.

В Санкт-Петербурге данный документ принят в форме закона – Закон Санкт-Петербурга от 19.12.2018 № 767-162 «О порядке использования в наименованиях юридических лиц официального наименования Санкт-Петербург» [5].

Рассматриваемый закон в статье 1 закрепляет, что официальным наименованием города федерального значения Санкт-Петербург является «Санкт-Петербург».

В статье 2 Закона Санкт-Петербурга предусмотрен порядок включения в наименование юридических лиц не только официального наименования, но и «слов и слово-

сочетаний, образованных на его основе». В то время как при буквальном толковании пункта 1 статьи 54 ГК РФ субъект РФ вправе определять порядок использования только своего официального наименования, но не производных от него слов, как это закреплено для официального наименования Российской Федерации. В связи с этим можно сделать вывод о выходе регионального законодателя за установленные ГК РФ пределы нормотворчества.

Статья 2 исследуемого закона предусматривает следующие случаи включения официального наименования Санкт-Петербург и производных от него слов и словосочетаний в наименования:

1. Органов государственной власти Санкт-Петербурга;
2. Органов местного самоуправления в Санкт-Петербурге;
3. Государственных унитарных предприятий и государственных учреждений Санкт-Петербурга;
4. Иных коммерческих и некоммерческих организаций, учредителем которых является Санкт-Петербург;
5. Коммерческих и некоммерческих организаций по разрешению, выданному в порядке, определяемом Правительством Санкт-Петербурга.

В настоящее время вышеуказанный порядок Правительством Санкт-Петербурга не определен. Рассматриваемый закон устанавливает в общих чертах довольно сложную процедуру для получения разрешения на включение официального наименования в наименования коммерческих и некоммерческих организаций, учредителем которых не выступает Санкт-Петербург. Для получения разрешения Губернатор Санкт-Петербурга должен внести представление в Законодательное Собрание Санкт-Петербурга, которое выносит рекомендательное решение. На основании данной рекомендации Правительство Санкт-Петербурга принимает решение о включении в наименование юридического лица официального наименования субъекта РФ или производных от них слов [5].

Также возникает вопрос о множестве юридических лиц, которые использовали официальное наименование Санкт-Петербурга в своих наименованиях до

вступления в силу данного закона. К примеру, в ЕГРЮЛ содержатся ООО «Мой Санкт-Петербург», ООО «ЛЗ Санкт-Петербург», ООО «Санкт-Петербург торг» и множество других подобных наименований [11]. В этом случае юридические лица вправе продолжить использовать свои наименования. В Законе Санкт-Петербурга необходимо было предусмотреть переходные положения, согласно которым юридические лица в течение года со дня вступления рассматриваемого закона в силу должны привести своё наименование в соответствие с законом, получив разрешение или исключив из своего наименования официальное наименование Санкт-Петербург, а также производных от него слов.

В городе федерального значения Москве использование официального наименования субъекта РФ регулируется Законом Москвы от 11.06.2003 № 40. Рассматриваемый закон предусматривает, что государственная символика Москвы включает в себя словесные символы. На основании статьи 6 указанного закона к словесным символам города Москвы относятся слова «Москва», «Зеленоград», наименования районов Москвы и образованные на их основе слова и словосочетания, за исключением фамилий и имён собственных.

Положения статьи 6 Закона Москвы регулируют использование, помимо официального наименования города Москвы, множество других словесных обозначений, связанных с Москвой, что, на наш взгляд, выходит за рамки правового регулирования, установленные для субъектов РФ пунктом 1 статьи 54 ГК РФ.

На основании статьи 23 указанного закона Правительство Москвы определяет порядок использования государственной символики Москвы [4]. Данный порядок определен в Постановлении Правительства Москвы от 27.03.2015 № 147-ПП. Указанный документ в пункте 1 предусматривает, что он не распространяется на органы государственной власти, органы местного самоуправления и их подведомственные организации. Пункт 10 Постановления предусматривает, что использование словесных символов города Москвы в наименованиях юридических лиц допускается только при наличии согласия Геральдического совета Москвы. Для

получения согласия учредители юридического лица направляют письменное обращение с планируемыми наименованиями данного лица, месте его нахождения и видах (целях) деятельности. Решение принимается в течение 30 календарных дней.

Планируемое наименование юридического лица проверяется на соответствие нормам современного русского языка, а также на его благозвучие, удобство для произношения, легкость запоминания и на правильное воспроизведение на русском языке, если наименование представлено на иностранном языке. Также планируемое наименование проверяется по ряду критериев, установленных пунктом 4 исследуемого документа, которые обобщенно можно назвать «репутационными». К ним, например, относится запрет на использование символики, связанной с проявлением неуважения к Российской Федерации, городу Москве и должностным лицам.

Согласование использования данных символов в наименовании юридического лица не нужно в двух случаях:

1. Если правовыми актами юридического лицу предоставлено право на использование данных символов в его наименовании;

2. При использовании рассматриваемых словесных символов для обозначения филиалами и представительствами юридических лиц своего места нахождения [9].

В отношении субъектов РФ, в которых отсутствует документ, определяющий порядок использования официального наименования региона, следует признать возможным их свободное использование юридическими лицами в своих наименованиях. Особый интерес представляет высказанное мнение Думой Ханты-Мансийского автономного округа в своём Постановлении от 30.09.2003 № 1059. Рассматриваемый документ содержит официальное толкование Устава региона, в котором сделан вывод о том, что до принятия субъектом РФ нормативного правового акта, регулирующего исследуемую сферу, согласование с органами государственной власти на включение официального наименования субъекта РФ в наименование юридического лица не требуется [8]. Данное Постановление утратило силу, в связи с внесением изменений в Устав Ханты-

Мансийского автономного округа. Однако представленная позиция актуальна и в настоящее время, так как на момент написания работы в большинстве российских регионов нормативно не урегулировано использование официального наименования субъектов РФ в наименованиях юридических лиц.

Выводы. Таким образом, в целях правовой охраны регионального бренда субъектам РФ следует определять своими нормативными правовыми актами порядок использования официального наименования субъекта РФ в наименованиях юридических лиц.

Для наиболее эффективного правового регулирования исследуемой сферы субъекту РФ следует при принятии указанного нормативного правового акта предусматривать в

нём обязанность для юридических лиц, использующих официальные словесные символы региона в своих наименованиях, привести последние в соответствие с данным документом в установленный срок.

Также необходимо внести предложенные в настоящей работе изменения в части 1 и 4 ГК РФ, а именно предусмотреть возможность определения субъектами РФ порядка использования в наименованиях и фирменных наименованиях юридических лиц не только официального наименования региона, но и производных от них слов. Это позволит каждому субъекту РФ полностью контролировать использование своего официального наименования для усиления правовой охраны регионального бренда.

Список литературы:

1. Вологодское кружево. Реестр наименований мест происхождения товаров Российской Федерации // Сайт Федерального института промышленной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www1.fips.ru/registers-doc-view/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=3&TypeFile=html
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/
4. Закон г. Москвы от 11.06.2003 № 40 «О государственной и муниципальной символике в городе Москве» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=4E340FF46FB6FBFFF4CC2A0F74434CE7&SORTTYPE=0&BASENODE=19&ts=106901295703451284361827207&base=MLAW&n=174287&rnd=0.14383212750053653#0643434611776438>
5. Закон Санкт-Петербурга от 19.12.2018 № 767-162 «О порядке использования в наименованиях юридических лиц официального наименования Санкт-Петербурга» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SPB&n=207283#05082488722024119>
6. Ленина Т.А. Правовая защита бренда // Вестник Пензенского государственного университета.

References:

1. Vologda lace. Register of appellations of origin of goods of the Russian Federation. *Website of the Federal Institute of Industrial Property*. Available at: https://www1.fips.ru/registers-doc-view/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=3&TypeFile=html (in Rus)
2. The Civil Code of the Russian Federation (Part One) of 30.11.1994. No. 51-FZ. *SPS Consultant-Plus*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (in Rus)
3. The Civil Code of the Russian Federation (Part Four) of 18.12.2006. No. 230-FZ. *SPS Consultant-Plus*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (in Rus)
4. The law of Moscow dated 11.06.2003. No. 40 «On state and municipal symbols in the city of Moscow». *SPS ConsultantPlus*. Available at: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=4E340FF46FB6FBFFF4CC2A0F74434CE7&SORTTYPE=0&BASENODE=19&ts=106901295703451284361827207&base=MLAW&n=174287&rnd=0.14383212750053653#0643434611776438> (in Rus)
5. The Law of St. Petersburg of 19.12.2018. No. 767-162 «On the order of use in the names of legal entities of the official name of St. Petersburg». *SPS ConsultantPlus*. Available at: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SPB&n=207283#05082488722024119> (in Rus)
6. T. Lenina. Legal protection of the brand. *Vestnik Pensenskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2015.

2015. № 4 (12) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-zaschita-brenda>
7. Максимова Т.Г., Халецкая В.А. Применение зонтичных патентных технологий для повышения эффективности патентной защиты изобретений и полезных моделей // Экономика. Право. Инновации. 2020. № 2. С. 25–30.
8. Постановление Думы ХМАО от 30.09.2003 № 1059 «Об утверждении официального толкования пунктов 1 и 7 статьи 1 Устава (Основного закона) Ханты-Мансийского автономного округа «О применении наименования Ханты-Мансийский автономный округ – Югра» (утратило силу) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=13EEAD2DCC5CC8A7FE672084720E26C0&SORTTYPE=0&BASENODE=24478&ts=109316750006533176026509233&base=RLAW926&n=16931&rnd=0.26894796780227037#08731945414954394>
9. Постановление Правительства Москвы от 27.03.2015 № 147-ПП «О порядке использования государственной символики города Москвы юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями» // СПС «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=4E340FF46FB6FBFFF4CC2A0F74434CE7&SORTTYPE=0&BASENODE=19&ts=106901295703451284361827207&base=MLAW&n=164013&rnd=0.14383212750053653#056980478042522>
10. Постановление Правительства РФ от 03.02.2010 № 52 «Об утверждении Правил включения в фирменное наименование юридического лица официального наименования «Российская Федерация» или «Россия», а также слов, производных от этого наименования» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_97243/
11. Предоставление сведений из ЕГРЮЛ / ЕГРИП // Сайт Федеральной налоговой службы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://egrul.nalog.ru/index.html>
12. Geographical Indications: An Introduction // WIPO. Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf (in Eng)
13. Ordinance regulating the use of the word «Swiss» for watches dated 23 December 1971 (status as of 1 January 2017). *Official website of the Swiss watch industry*. Available at: http://www.fhs.swiss/file/8/OSM_232.119_en.pdf (in Eng)
- No. 4 (12). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-zaschita-brenda> (in Rus)
7. T. Maximova, V. Khaletskaya. The use of umbrella patent technologies to improve the efficiency of patent protection of inventions and utility models. *Economics. Right. Innovation*. 2020. No. 2. pp. 25–30 (in Rus)
8. Resolution of the Khanty-Mansi Autonomous Okrug Duma of 30.09.2003. No. 1059 «On Approving the Official Interpretation of Clauses 1 and 7 of Article 1 of the Charter (Fundamental Law) of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug «On the Application of the Name Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra» (expired). *SPS ConsultantPlus*. Available at: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=13EEAD2DCC5CC8A7FE672084720E26C0&SORTTYPE=0&BASENODE=24478&ts=109316750006533176026509233&base=RLAW926&n=16931&rnd=0.26894796780227037#08731945414954394> (in Rus)
9. Decree of the Moscow Government of 27.03.2015. No. 147-PP «On the Procedure for Using State Symbols of the City of Moscow by Legal Entities and Individual Entrepreneurs». *SPS ConsultantPlus*. Available at: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=4E340FF46FB6FBFFF4CC2A0F74434CE7&SORTTYPE=0&BASENODE=19&ts=106901295703451284361827207&base=MLAW&n=164013&rnd=0.14383212750053653#056980478042522> (in Rus)
10. Decree of the Government of the Russian Federation of 03.02.2010. No. 52 «On approval of the Rules for inclusion in the company name of a legal entity of the official name «Russian Federation» or «Russia», as well as words derived from this name». *SPS ConsultantPlus*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_97243/ (in Rus)
11. Providing information from the Unified State Register of Legal Entities / *EGRIP. The website of the Federal Tax Service of Russia*. Available at: <https://egrul.nalog.ru/index.html> (in Rus)
12. Geographical Indications: An Introduction. *WIPO*. Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf
13. Ordinance regulating the use of the word «Swiss» for watches dated 23 December 1971 (status as of 1 January 2017). *Official website of the Swiss watch industry*. Available at: http://www.fhs.swiss/file/8/OSM_232.119_en.pdf