

**Identificarea societății comerciale
prin intermediul anumitor atribute, obligatorii sau facultative**

**How to identify a company
through certain attributes, either necessary or optional**

**Lect. univ. dr. Gîrleşteanu George
Asist. univ. dr. Smarandache Lavinia Elena***

Abstract

The company's participation in the general law circuit raises for the problem of identifying these law subject's categories as rights and obligations titles. The identification of one company can be realized under various aspects. From case to case, the elements through which these legal entity categories are identified have a necessary or optional nature. In regard to this fact we also, can speak about the legal conditions for some of these elements. Furthermore, the trader status that law recognizes to companies establishes a special nature for its identification attributes.

Cuvinte cheie: societate comercială, atribut de identificare, denumire, număr de înregistrare, emblemă

Keywords: company, identification attribute, designation, registration number, emblem

1. Preliminarii. În materia societăților comerciale, rolul atributelor de identificare este acela de a individualiza această categorie de persoane juridice în calitatea lor de participanți la circuitul juridic general și de a le delimita de celelalte subiecte de drepturi și obligații, inclusiv de acelea care le constituie.

Individualizarea unei societăți comerciale este asigurată prin elemente obligatorii (denumirea, sediul, naționalitatea, codul de identificare fiscală, numărul de înregistrare în registrul comerțului, numărul de înregistrare în registre speciale) și elemente facultative (emblema, contul bancar, numărul de telefon, fax-ul, e-mail, pagina web, etc.).

Aceste atribute au caracter individualizator exclusiv din momentul dobândirii efective a statutului de persoană juridică de către societatea comercială, respectiv de la o dată ulterioară în cazul acelor atribute pentru care se optează ulterior înființării societății comerciale sau depind de acest moment și de parcurgerea unor etape aferente. Anterior atribuirii personalității juridice, unele dintre elementele menționate pot fi cel mult indisponibilizate cu un caracter temporar și condiționat de însăși constituirea subiectului de drept¹.

* Autorii sunt cadre didactice la Facultatea de Drept și Științe Administrative a Universității din Craiova.

¹ De la caz la caz, indisponibilitatea atributului de identificare poate avea sau nu și un caracter exclusiv. Spre exemplu, o firmă rezervată la registrul comerțului nu vor putea fi

Statutul de comerciant al societății comerciale, cumulat cu necesitatea terților de a cunoaște suficient și sigur anumite elemente de natură financiară și statutară, imprimă particularitate anumitor elemente de identificare. Toate acestea sunt grefate pe o atenția normativă sporită și pe imprimarea unui grad ridicat de publicitate pentru asigurarea unui climat de securitate adecvat ordinii juridice.

Analiza particulară a fiecărui atribuit de identificare oferă argumente evidențiate ale importanței atât pentru societatea comercială, cât și pentru ceilalți participanți cu care interacționează în raporturile juridice în care devine parte.

2. Denumirea (firma). Orice societate comercială, indiferent de forma juridică în care a fost constituită, are obligația de a avea menționat în actul constitutiv firma sa, aceasta reprezentând *denumire comercială* sau *nume său comercial*².

Potrivit legii³, firma este denumirea sub care societatea comercială își desfășoară activitatea și sub care semnează, deosebind-o de orice alt comerciant înregistrat în registrul comerțului.

Verificarea și rezervarea firmei societății comerciale se realizează la nivel național înainte de întocmirea actelor constitutive sau, în cazul schimbării denumirii, a actelor modificatoare ale acestora [art. 29-30 din Anexa la Ordinul M.J. nr. 2594/2008].

Prin operațiunile de verificare, efectuate de Oficiul Registrului Comerțului, se urmărește îndeplinirea de către firma societății comerciale a condițiilor prevăzute de lege, față de firmele înregistrate în registrul comerțului sau rezervate în vederea înregistrării. În toate cazurile, denumirea societății comerciale⁴ trebuie să îndeplinească condițiile de fond (adică să fie disponibilă⁵, distinctă⁶ și licită⁷) și condițiile de formă⁸ prevăzute normativ⁹.

atribuită altor comercianți pe o perioadă de 3 luni de la acea data, existând posibilitatea de a prelungi acea durată în condițiile legii.

² Yolanda Eminescu, *Tratat de proprietate industrială*, vol. II. *Semne distinctive*, Ed. Academiei Române, București, 1983, p. 178; Ion Băcanu, *Firma și emblema comercială*, în *Revista de drept comercial* nr. 2/1998, p. 88.

³ Regula este consacrată de dispozițiile art. 30 alin. (1) din Legea nr. 26/1990 privind registrul comerțului, publicată în *M. Of. nr. 121 din 7 noiembrie 1990*, republicată în *M. Of. nr. 49 din 4 februarie 1998*, cu modificările și completările ulterioare, precum și ale art. 28 alin.(2) din Anexa la Ordinul M.J. nr. 2594/2008 pentru aprobarea Normelor metodologice privind modul de ținere a registrelor comerțului, de efectuare a înregistrărilor și de eliberare a informațiilor, publicat în *M. Of. nr. 704 din 16 octombrie 2008*.

⁴ pentru detalii Belu Magdo Mona-Lisa, *Fondul de comerț*, în *Revista de drept comercial* nr. 10/2002, p. 58-61.

⁵ Firma trebuie să fie susceptibilă de a fi apropiată, adică nu aparține unei alte persoane printr-o înregistrare anterioară în registrul comerțului. [art. 29 alin.(2) din Anexa la Ordinul M.J. nr. 25/2008]

⁶ Firma trebuie să fie nouă și să se deosebească de cele existente, inclusiv de cea a comercianților din sectorul public. De asemenea, o firmă este distinctivă atunci când constă

Regulile de compunere a firmei societăților comerciale sunt expres consacrate de dispozițiile Legii nr. 26/1990 (art. 32-36), având o structură distinctă în raport de forma juridică concretă în care acestea se înființează.

La *societățile în nume colectiv*, firma trebuie să cuprindă numele a cel puțin unuia dintre asociați, cu mențiunea “societate în nume colectiv”, scrisă în întregime. În schimb, firma *societăților în comandită simplă* conține numele a cel puțin unuia dintre asociații comandați, cu mențiunea “societate în comandită”, scrisă în întregime.

Pentru societățile de persoane legea precizează că, în situația în care numele unei persoane străine de societate figurează, cu consimțământul său, în firmă, acea persoană va răspunde, ca și asociații comandați, nelimitat și solidar pentru toate obligațiile societății. Aceeași regulă este operațională și în situația în care firma unei societăți în comandită conține numele unui comanditar.

La *societățile de capitaluri*, firma este compusă dintr-o denumire proprie, de natură a o deosebi de firma altor societăți și va fi însoțită de mențiunea scrisă în întregime ”societate pe acțiuni” sau forma acronimică “S.A.”, respectiv de mențiunea “societate în comandită pe acțiuni”.

Pentru *societățile comerciale cu răspundere limitată*, firma este compusă dintr-o denumire proprie, la care se poate adăuga numele unuia sau a mai multor asociați, și va fi însoțită de mențiune scrisă în întregime” societate cu răspundere limitată” sau de inițialele “S.R.L.” .

Denumirea este un element de identificare obligatoriu al societății comerciale, individualizând-o în calitatea sa de comerciant în cadrul categoriei comercianților în general.

Dreptul de folosință exclusivă asupra firmei se dobândește prin înscrierea acesteia în registrul comerțului.

Schimbarea denumirii poate fi decisă în condițiile prevăzute pentru modificarea actului constitutiv și ținând cont de regulile specifice fiecărei forme de societate comercială. Competența aparține, după caz, adunării generale extraordinare (la societatea pe acțiuni și societatea în comandită pe acțiuni), adunării asociaților (la societatea cu răspundere limitată) sau asociaților (la societatea în nume colectiv și societatea în comandită simplă) care decid cu

într-o denumire care nu este necesară, generică sau uzuală și atunci când nu este identică sau similară cu alte firme înregistrate anterior în registrul comerțului. Distinctivitatea firmei se apreciază atât din punctul de vedere al grafiei, cât și al topicii cuvintelor care formează denumirea. [art. 38 alin.(1), art. 40 din Legea nr. 26/1990, art. 29 alin. (2) din Anexa la Ordinul M.J. nr. 2594/2008]

⁷ Firma trebuie să fie în concordanță cu legea, ordinea publică și morala, cuprinzând toate elementele cerute de lege, conform specificității comerciantului.

⁸ Firma trebuie să fie scrisă în primul rând în limba română. Există posibilitatea ca aceasta să fie scrisă și într-o limbă străină. [art. 30 din Legea nr. 26/1990]

⁹ pentru o analiză detaliată a acestor condiții de valabilitate a se vedea Lavinia Elena Smarandache, *Aspecte ale identificării persoanei juridice prin intermediul denumirii*, în Revista de științe juridice nr. 2/2006, p. 206-210.

respectarea condițiilor de cvorum și majoritate prevăzute de Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale¹⁰.

3. Sediul social. Sediul societății comerciale exprimă acel mijloc de identificare al oricărei persoane juridice sub aspect teritorial, asigurând localizarea sa juridică într-un spațiu prestabilit.

În mod obligatoriu, fiecare societatea comercială are un sediu social pe care trebuie să îl menționeze în actul constitutiv. [art. 7 lit. b) și art. 8 lit. b) din Legea nr. 31/1990]

Avem în vedere sediu principal al societății comerciale, ca loc unde persoana juridică își desfășoară întreaga activitate ori activitatea în ansamblu, în primul rând de conducere și de administrare, dar de regulă și activitatea sa economico-socială. Constituirea de sedii secundare¹¹ (sucursale, agenții, reprezentanțe, puncte de lucru sau alte asemenea unități fără personalitate juridică) prezintă un caracter facultativ, înființarea acestora putând fi simultană sau ulterioară apariției societății comerciale.

Legea nr. 31/1990 recunoaște posibilitatea ca la același sediu să funcționeze mai multe societăți, dacă este îndeplinită cel puțin una dintre următoarele condiții: a) imobilul, prin structura lui, permite funcționarea mai multor societăți în încăperi diferite; b) cel puțin o persoană este, în condițiile legii, asociat în fiecare dintre societăți; c) dacă cel puțin unul dintre asociați este proprietar al imobilului ce urmează a fi sediul societății. [art.17 alin.(2)]

Utilitatea practică a acestui element de identificare a societății comerciale este relevantă și sub alte aspecte, sediul social fiind cel care determină și: a) naționalitatea societății comerciale; b) organele competente jurisdicțional cu soluționarea litigiilor la care este parte societatea comercială; c) adresa unde se comunică actele oficiale emise de instituțiile de stat, dar și corespondența curentă, de afaceri; d) Oficiul Registrului Comerțului competent să autorizeze funcționarea și să dispună înregistrarea societății comerciale, iar ulterior să înscrie mențiunile obligatorii privind modificările ce pot interveni și radierea sa; e) organele de evidență fiscală abilitate cu efectuarea diverselor operațiuni juridice incidente societății comerciale potrivit dreptului fiscal și procedural fiscal (sensul termenului de sediu validat sub acest aspect este cel de domiciliu fiscal).

Sediul social poate fi mutat, în condițiile prevăzute pentru modificarea actului constitutiv. Competența aparține, după caz, adunării generale extraordinare sau consiliului de administrație (în sistemul unitar de administrare), respectiv

¹⁰ publicată în *M. Of. nr. 126-127 din 17 noiembrie 1990*, republicată în *M. Of. nr. 33 din 29 octombrie 1998*, cu modificările și completările ulterioare.

¹¹ Aceste entități juridice sunt dependente din punct de vedere juridic și economic de societatea comercială care le înființează. Indiferent de forma pe care o îmbracă sediile secundare (sucursale, agenții, reprezentanțe, puncte de lucru sau alte asemenea unități), acestea vor fi întotdeauna lipsite de personalitate juridică. De asemenea, este interzisă deschiderea unor astfel de structuri sub denumirea de filială, acesta având un regim juridic distinct.

directoratului (în sistemul dualist de administrare) dacă a intervenit o delegare de competențe către aceste organe societare (la societățile de capitaluri), adunării asociaților (la societatea cu răspundere limitată) sau asociaților (la societățile de persoane) care decid cu respectarea condițiilor de cvorum și majoritate prevăzute de Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale.

4. Naționalitatea. Naționalitatea este un atribut de identificare obligatoriu, orice persoană juridică fiind titulară de naționalitate. Fiecare societate comercială are o naționalitate, acest aspect fiind independent de gradul în care este pusă în evidență în sfera raporturilor juridice interne sau internaționale la care participă.

Societatea comercială dobândește naționalitate de la data atribuirii personalității juridice în condițiile legii¹².

În considerarea dispozițiilor Legii nr. 31/1990 (art. 1 alin.(2)), se observă că sediul (principal) înscris în actul de înființare al societății comerciale este criteriul determinant în stabilirea naționalității sale, române sau străine.

Naționalitatea exprimă legătura, în principal juridică, dintre o persoană juridică și un stat, fiind în mod evident cel mai important efect al stabilirii sediului persoanei juridice pe teritoriul aceluși stat.

Naționalitatea societății comerciale determină sistemul de drept aplicabil tuturor aspectelor ce țin de existența sa juridică (constituire, funcționare, modificare, încetarea existenței etc.).

Schimbarea naționalității unei societăți comerciale române este realizată prin mutarea sediului principal pe teritoriul altui stat. În acest sens, este nevoie de modificarea actului constitutiv, cu respectarea condițiilor prevăzute de lege în această materie.

5. Codul unic de înregistrare fiscală. Acest element obligatoriu¹³ de individualizare a societății comerciale asigură identificarea acesteia în calitatea sa de subiect de drept material și procedural fiscal¹⁴.

Orice societate comercială, în calitatea sa de contribuabil¹⁵, are obligația de a fi înregistrată fiscal, alocându-i-se un număr de identificare propriu.

Atribuirea codului unic de înregistrare fiscală se face cu ocazia înmatriculării societății comerciale conform procedurii instituite de legea

¹² pentru efectele juridice pe care le generează a se vedea Nicolta Diaconu, *Regimul juridic aplicabil persoanei juridice străine*, în Revista de drept comercial nr. 2/2005, p. 107-108.

¹³ pentru recunoașterea acestui caracter în doctrină a se vedea Viorel Găină, *Drept comercial român. Comercianții persoane fizice și juridice. Fondul de comerț. Auxiliarii comercianților*, vol. II, Ed. Universitaria, Craiova, 2003, p. 153.

¹⁴ În literatura de specialitate a fost subliniat faptul că finalitatea instituirii obligației de înregistrare fiscală o reprezintă întocmirea registrului plătitorilor de impozite și taxe - registrul contribuabililor. A se vedea Mircea Ștefan Minea, Cosmin Flavius Costaș, *Dreptul finanțelor publice*, vol. II, *Drept fiscal*, Ed. Sfera, Cluj-Napoca, 2006, p. 260.

¹⁵ pentru noțiunea de contribuabil a se vedea Daniel Dascălu, Cătălin Alexandru, *Explicații teoretice și practice ale codului de procedură fiscală*, Ed. Rosetti, București, 2005, p. 47.

specială¹⁶. Competență în materie revine Ministerului Finanțelor Publice care va face atribuirea condiționat de admiterea de către judecătorul delegat a cererii de înregistrare în registrul comerțului, ce implică și o solicitare de înregistrare fiscală. Luând în considerare datele transmise, în modalitățile prevăzute de lege, de către Oficiul Registrului Comerțului unde a fost solicitată înregistrarea, Ministerul de Finanțe face atribuirea în termen de maximum 8 ore de la comunicarea acestora.

Codul unic de înregistrare¹⁷ atribuit de Ministerul Finanțelor Publice va fi menționat în încheierea judecătorului delegat de autorizare a înregistrării societății comerciale, în certificatul de înmatriculare eliberat societății, precum și pe facturi, scrisori, oferte comenzi sau pe orice alte documente întrebuițate în comerț¹⁸. De asemenea, va fi utilizat de toate sistemele informatice care prelucrează date privind societatea comercială, dar și de aceasta în relațiile cu terții, inclusiv cu autoritățile și instituțiile publice, pe toată durata funcționării lor. [art. 13 din Legea nr. 359/2004]

6. Numărul de înregistrare în registrul comerțului. Atribuirea numărului de înregistrare în registrul comerțului unei societăți comerciale este făcută cu ocazia înmatriculării sale în registrul comerțului. Numărul de înregistrare în registrul comerțului va fi precizat în certificatul de înregistrare eliberat societății, fiind unul dintre elementele componente obligatorii.

Pe durata existenței societății, legea prevede obligația acesteia de a menționa în actele ce emană de la aceasta inclusiv a numărului de înregistrare în registrul comerțului. [art. 74 alin.(1) din Legea nr. 31/1990]

De asemenea, acest element trebuie precizat în cuprinsul actelor de înființare ale societății comerciale pentru identificare persoanelor juridice ce pot avea diverse calități în structura acesteia (asociați, primii administratori, reprezentanți, cenzori sau auditori financiari). [art. 8¹ lit. b) din Legea nr. 31/1990]

Numărul de înregistrare în registrul comerțului este un atribut de identificare obligatoriu¹⁹ pentru societatea comercială, rolul pe care îl îndeplinește fiind de a individualiza societatea comercială în rândul celorlalte înregistrate în registrul comerțului, din același județ, pentru același an calendaristic.

Structura sa este alcătuită dintr-un ansamblu de litere și cifre, după formula: J - cod statistic de județ - numărul de ordine în registru - anul înregistrării.

¹⁶ art. 10-13 din Legea nr. 359/2004 privind simplificarea înregistrărilor în registrul comerțului.

¹⁷ Structura codului, alcătuită dintr-un sistem de cifre unic pe țară pentru respectiva persoană juridică, se stabilește, potrivit legii, de către Ministerul Finanțelor Publice, Ministerul Muncii, Solidarității Sociale și Familiei, Ministerul Sănătății, Ministerul Administrației și Internelor și Ministerul Justiției (art. 12 alin. (1) din Legea nr. 359/2004 privind simplificarea formalităților la înregistrarea în registrul comerțului a persoanelor fizice, asociațiilor familiale și persoanelor juridice, înregistrarea fiscală a acestora, precum și la autorizarea funcționării persoanelor juridice, publicată în *M .Of. nr. 839 din 13 septembrie 2004*, cu modificările și completările ulterioare).

¹⁸ art. 29 din Legea nr. 26/1990, art. 74 alin. (1) din Legea nr. 31/1990 .

¹⁹ în acest sens Viorel Găină, *op. cit.*, vol. II, 2003, p. 153.

7. Numărul de înregistrare în registre speciale. Pentru societățile comerciale constituite în anumite domenii de activitate sau pentru derularea anumitor activități, se remarcă instituirea unei identificări suplimentare care, deși specializată, considerăm că prezintă un caracter obligatoriu.

Această individualizare este asigurată de *numărul sau codul atribuit în registrele speciale*, înființate conform legislației cadru a respectivelor categorii de societăți comerciale. Acestea au, în principal, rolul de a individualiza acele subiecte de drept, iar în plan secundar asigură implicit o evidență categorială²⁰.

Spre exemplu, pentru societățile comerciale de asigurare și/sau reasigurare, autorizate în conformitate cu prevederile legii speciale, un astfel de atribut de identificare îl reprezintă *codul unic alocat în Registrul asiguratorilor, reasiguratorilor și intermediarilor în asigurări și/sau în reasigurări*. Aceste tipuri de societăți comerciale sunt obligate să-l includă în toate documentele emise, inclusiv în corespondența cu terții²¹.

De asemenea, societățile comerciale ce intră sub incidența Legii nr. 297/2004 privind piața de capital²² sunt înscrise în registrul ținut de Comisia Națională a Valorilor Mobiliare, fiind instituită expres obligativitatea menționării numerelor de înregistrare în aceste registre în cuprinsul tuturor actelor oficiale și în corespondența cu terții²³. *Numărul de înscriere* astfel dobândit prezintă un caracter unic pentru fiecare astfel de societate comercială, în cazul radierii acestora din Registrul Comisiei Naționale a Valorilor Mobiliare neputând fi atribuit niciunei alte entități, ulterioara reînscrisiere determinând atribuirea unui număr de înregistrare diferit de cel inițial. În ceea ce privește structura sa alfanumerică, aceasta este stabilită de lege. [art. 8 alin. (1-3) din Regulamentul nr. 5/2006]

Pentru societățile comerciale de tipul instituțiile financiare nebankare, în raport de forma concretă sub care se constituie, fiecare va beneficia de un *număr de înregistrare* în registrul în care este înscrisă conform legislației specifice. Pentru instituțiile financiare nebankare înscrise în *Registrul special* numărul de înregistrare din acesta îl dublează pe cel din *Registrul general*. Cea care le imprimă un caracter de unicitate acestor atribute de identificare este structura proprie alfanumerică alcătuită după o formulă stabilită normativ. În plus, instituțiile

²⁰ Un rol exclusiv evidențiator revine numărului de înregistrare în registrul instituțiilor de credit ținut de Banca Națională a României pentru instituțiile de credit pe care le autorizează. A se vedea în acest sens dispozițiile art. 35 alin.(2), art. 417 din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 99/2006 privind instituțiile de credit și adecvarea capitalului, publicată în *M. Of. nr. 1027 din 27 decembrie 2006*, cu modificările și completările ulterioare, precum și Regulamentul Băncii Naționale a României nr. 1/2007 privind registrul instituțiilor de credit, publicat în *M. Of. nr. 119 din 16 februarie 2007*.

²¹ art. 12 pct. (16) din Legea nr. 32/2000 privind societățile de asigurare și supravegherea asigurărilor, publicată în *M. Of. nr. 148 din 10 aprilie 2000*.

²² publicată în *M. Of. nr. 571 din 29 iunie 2004*.

²³ a se vedea art. 3 alin. (3) din Legea nr. 297/2004 și art. 10 din Regulamentul nr. 5 privind Registrul public al Comisiei Naționale a Valorilor Mobiliare, publicat în *M. Of. nr. 157 din 20 februarie 2006*.

financiare nebankare constituite ca societăți comerciale trebuie să precizeze numerele de înregistrare astfel dobândite în toate actele oficiale²⁴.

8. Emblema. Societatea comercială poate avea sau nu emblema. Acest element de individualizare are un caracter facultativ, care asigură o identificare suplimentară societății comerciale.

Potrivit legii²⁵, emblema este semnul sau denumirea care deosebește un comerciant de un altul de același gen. Emblema poate fi o denumire, o reprezentare grafică sau o construcție complexă ce îmbină cuvinte cu elementele grafice.

Verificarea și rezervarea emblemei se realizează de către Oficiul Registrului Comerțului de la sediul social al societății comerciale, care urmărește îndeplinirea de către element a condițiilor prevăzute de lege²⁶.

Orice emblema va trebui să se deosebească de emblemele înscrise în același registru al comerțului, pentru același fel de comerț, precum și de emblemele altor comercianți de pe piața unde societatea comercială își desfășoară activitatea.

Dreptul de folosință asupra emblemei este dobândit de către societatea comercială prin și de la data înscrierii acesteia în registrul comerțului.

Emblemele vor putea fi utilizate pe panouri de reclamă oriunde ar fi așezate, pe facturi, scrisori, note de comandă, tarife, prospecte, afișe, publicații și în orice alt mod, numai dacă vor fi însoțite în mod vizibil de firma comerciantului. [art. 43 alin.(2) din Legea nr. 26/1990].

9. Contul bancar. Pentru societatea comercială, deținerea unui cont bancar este obligatorie. În schimb, atributul de identificare de tipul contului bancar are un caracter facultativ²⁷.

După cum s-a reținut și în doctrină²⁸, contul bancar este un mijloc de identificare ce delimitează societatea în raporturile de plăți și încasări prin intermediul băncilor.

Obligativitatea deschiderii unui cont bancar de către societatea comercială, în cadrul procesului de constituire, reiese din faptul că la Oficiul Registrului

²⁴ a se vedea dispozițiile art. 4 lit. f-h din Ordonanța nr. 28 privind reglementarea unor măsuri financiar-fiscale, publicată în *M. Of. nr. 89 din 31 ianuarie 2006*; dispozițiile art.3, art. 4 alin. (1) lit. a), art.5 alin.(1) lit. a) și e), art. 6 alin. (1) lit. a) și d), art. 7 din Norma Băncii Naționale a României nr. 3 privind Registrul general, Registrul special și Registrul de evidență, publicată în *M. Of. nr. 381 din 03 mai 2006*.

²⁵ Dispoziții în acest sens sunt consacrate de mai multe acte normative precum Legea nr. 26/1990 (art. 30 alin.(2)) sau Anexa la Ordinul M.J. nr. 2594/2008 (art. 58 alin.(1)).

²⁶ Emblema trebuie să fie disponibilă, distinctă și licită, iar atunci când constă într-o denumire să fie scrisă în limba română. [art. 29 alin.(2), art. 61 din Anexa la Ordinul M.J. nr. 2594/2008, art. 43 alin.(1) din Legea nr. 21/1990]

²⁷ pentru plasarea noțiunii de cont bancar în sfera atributelor de identificare a persoanei juridice, în general, a se vedea Ernest Lupan, *Drept civil. Persoana juridică*. Ed. Lumina Lex, București, 2000, p. 97-98, Vasile Val Popa, *Drept civil. Partea generală. Persoanele*, Ed. All Beck, București, 2006, p. 456.

²⁸ Viorel Găină, *op.cit.*, vol. II, 2003, p. 154.

Comerțului unde se solicită înmatricularea trebuie depuse și documentele care să facă dovada efectuării vărsămintelor aporturilor subscribe și vărsate de asociați pentru formarea capitalului social. Avem în vedere aporturile în numerar, pentru care proba poate fi făcută prin înscrisuri de genul foaie de vărsământ, ordin de plată sau chitanță C.E.C.. Acestea vor fi eliberate de instituția de credit la care a fost deschis un cont, cu caracter provizoriu, pentru viitoarea societate comercială, fiind destinat acumulării mijloacelor bănești pentru formarea capitalului social. Până în momentul dobândirii personalității juridice, contul bancar este blocat. Numai după prezentarea de către client a dovezii înregistrării în registrul comerțului a societății comerciale, banca deblochează contul, iar sumele sunt virate în contul curent.²⁹

Societățile comerciale, rezidente și nerezidente, pot deschide și menține conturile bancare, în lei sau în valută, la instituții de credit autorizate din România, dar și în străinătate, la instituții de credit și la alte entități asimilate acestora, urmare a liberalizării contului de capital³⁰.

Potrivit reglementărilor financiar-bancare, pentru a-și deschide un cont societatea comercială trebuie să semneze cu banca un contract de cont curent, unde vor fi evidențiate disponibilitățile bănești, precum și operațiunile de încasări și plăți prin decontare fără numerar dispuse de aceasta. Pe baza acestui contract, subiectul de drept se individualizează prin intermediul contului deschis la unitatea teritorială a instituției³¹.

10. Numărul de telefon, fax-ul, e-mail, pagina web. Elementele de genul număr de telefon, telex, fax, și mai nou, a mijloacelor electronice de tipul adresă de e-mail și website, toate sau doar unele dintre ele, reprezintă o prezență constantă pe majoritatea actelor juridice emise de către societățile comerciale. Însă, niciunul din aceste elemente nu face obiectul unei consacrați legislative ca atribut propriu-zis de identificare.

Totuși, cu excepția website-ului, celelalte au fost nominalizate și în literatura de specialitate contemporană³² ca mijloace curente de identificare rapidă a persoanelor juridice, constituind simboluri cifrice de identificare în sistemul comunicațiilor.

Apreciem că, deși este evidentă o apropiere mai mult de noțiunea de date de contact, decât de date de identificare a societății comerciale, aceste elemente contribuie totuși la o cât mai completă individualizare, constituind atribute de identificare facultative pentru acestea.

²⁹ Spre exemplu, aceste aspecte sunt consacrate în mod expres pentru societățile comerciale de tipul instituțiilor de credit (art. 12 alin. (3) din O.U.G. nr. 99/2006).

³⁰ a se vedea și art. 3 pct. 3.9 și 3.10 din Anexa 1 a Regulamentul Băncii Naționale a României nr. 4 privind regimul valutar și normele aferente valutar, *publicat în M. Of., Partea I, nr. 297 din 8 aprilie 2005*.

³¹ Structura codului IBAN conține 24 caractere, potrivit normativului IBAN și identifică în mod unic unitatea teritorială a instituției și contul clientului deschis la respectiva unitate teritorială

³² Ernest Lupan, *op. cit.*, p. 99; Vasile Val Popa, *op. cit.*, p. 456.

Dintre elementele menționate, un rol mai pronunțat în determinarea unei societăți comerciale revine celor două mijloacele electronice amintite.

Relativ la e-mail, avem în vedere exclusiv ipoteza în care, alături de elementele obligatorii ca semnul „@” și numele domeniului, în componența acestuia figurează denumirea reală a titularului de tipul societății comerciale.

În ceea ce privește website-ul, în considerarea definiției sale³³, acesta are un rol semnificativ în individualizarea societății comerciale în sfera internetului, punând la dispoziția oricărui utilizator ce accesează pagina virtuală a unei astfel de persoane juridice, printre altele, și informații care permit o identificare completă și corectă a respectivului subiect de drept.

Legea nr. 31/1990 conține chiar referiri exprese la pagina de internet a societății comerciale și la mențiunile minime, obligatorii, ce trebuie postate pe aceasta. Astfel, în eventualitatea în care există, pagina de internet a unei societăți comerciale va conține: denumirea, forma juridică, sediul social, numărul din registrul comerțului, codul unic de înregistrare și capitalul social. La societățile de capitaluri, în mod obligatoriu vor fi postate pe respectiva pagină și: a) ordinea și stabilită de adunarea generală; b) orice introducere de noi puncte pe ordinea de zi de către acționari, ulterior publicării convocării; c) rezultatele votului pentru hotărârile luate de adunarea generală; d) situațiile financiare anuale, raportul anual al consiliului de administrație, respectiv raportul directoratului și cel al consiliului de supraveghere, precum și propunerea cu privire la distribuirea de dividend. [art. 74 alin. (5) și art. 131 alin. (5), art. 172² alin. (2)]

În concluzie, cele două elemente analizate se conturează mai mult ca mijloace de punere în evidență a celorlalte atribute de identificare ale societății comerciale, având un rol mediat în determinarea efectivă a acestui subiect de drept.

³³ Este un cuvânt compus, provenit din limba engleză, ce desemnează grupul de informații (scrise și vizuale), prezente pe Internet sub forma unor pagini virtuale, ce sunt conectate între ele prin link-uri și hiperlink-uri și denominând, reprezentând o companie, un proiect, o rețea de utilizatori, o organizație non-profit, s.a.m.d.. În acest sens, a se vedea: <http://ro.wikipedia.org/wiki/Website>.

Formularea este reluată de o manieră simplificată sub forma pagina web - document electronic, disponibil prin internet și la nivel legislativ. A se vedea art. 2 alin. (1) lit. g) din Hotărârea Guvernului nr. 1259 privind aprobarea Normelor tehnice și metodologice pentru aplicarea Legii nr. 455/2001 privind semnătura electronică, publicată în *M. Of. nr. 847 din 31 decembrie 2001*.