



## СУД ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ

Огородный проезд, д. 5 стр. 2, Москва, 127254

<http://ipc.arbitr.ru>

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ

Москва

29 марта 2019 года

Дело № А40-256611/2017

Резолютивная часть постановления объявлена 26 марта 2019 года.

Полный текст постановления изготовлен 29 марта 2019 года.

Суд по интеллектуальным правам в составе:

председательствующего Васильевой Т.В.,

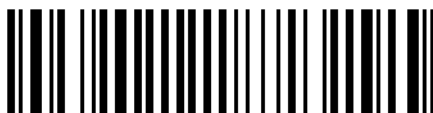
судей Голофаева В.В., Лапшиной И.В.,

рассмотрел в судебном заседании кассационную жалобу общества с ограниченной ответственностью «СЕКРЕТ ПРИНТ» и Туманова Александра Владимировича на решение Арбитражного суда города Москвы от 22.08.2018 по делу № А40-256611/2017 (судья Шудашова Я.Е.) и постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 13.11.2018 (судьи Садикова Д.Н., Трубицын А.И., Пирожков Д.В.) по тому же делу по иску общества с ограниченной ответственностью «Стайл-Ю» (Кутузовский проспект, д. 36, стр. 23, офис 112, Москва, 121170, ОГРН 1127746020566)

к обществу с ограниченной ответственностью «СЕКРЕТ ПРИНТ» (ул. Николоямская, д. 52, стр. 2, Москва, 109004, ОГРН 1107746377200)

и Туманову Александру Владимировичу (Московская обл.)

о пресечении действий, нарушающих исключительное право на



произведение, взыскании компенсации за нарушение исключительного права и защите деловой репутации,

при участии в судебном заседании представителей:

от общества с ограниченной ответственностью «Стайл-Ю» - Ефимов А.А. (по доверенности от 23.01.2019), Костянян Р.К. (по доверенности от 20.03.2019);

от общества с ограниченной ответственностью «СЕКРЕТ ПРИНТ» - Лиговская Д.П. (по доверенности от 16.05.2017);

от Туманова Александра Владимировича – Туманов А.В. (лично), Лиговская Д.П. (по доверенности от 15.05.2017);

#### УСТАНОВИЛ:

общество с ограниченной ответственностью «Стайл-Ю» (далее – общество «Стайл-Ю», истец) обратилось в Арбитражный суд города Москвы с исковыми требованиями, уточненными в порядке статьи 49 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, к обществу с ограниченной ответственностью «СЕКРЕТ ПРИНТ» (далее – общество «СЕКРЕТ ПРИНТ») и Туманову Александру Владимировичу (далее – Туманов А.В.) 1) о запрете размещать, распространять и использовать на странице сайта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» произведения, исключительные права на которые принадлежат истцу, 2) взыскании солидарно компенсации в размере 250 000 руб. за нарушение исключительных прав на произведения; 3) о признании не соответствующими действительности, порочащими деловую репутацию и обязанности удалить сведения, размещенные на странице сайта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» <http://secretartprint.ru> о том, что указанные произведения созданы обществом «Секрет принт»; 4) об опубликовании на сайте <http://secretartprint.ru> опровержения, 5) запрете Туманову А.В. использования служебных произведений, созданных истцом в коммерческих целях и обязанности Туманова А.В. при использовании служебного произведения указывать наименование правообладателя служебного произведения – ООО «Стайл-Ю» (истца); 6) об обязанности

ответчиков уплатить солидарно в пользу ООО «Стайл-Ю» (истца) 500000 руб. в счет возмещения нематериального (репутационного) вреда.

Решением Арбитражного суда города Москвы от 22.08.2018, оставленным без изменения постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда от 13.11.2018, ответчикам запрещено размещение, распространение и иное использование на странице сайта информационно-телекоммуникационной сети Интернет <http://secretartprint.ru> произведений, исключительные права на которые принадлежат обществу «Стайл-Ю, а именно:

№	Название произведения	Интернет-страница
1.	Этикетка сыра «Brie».	<a href="http://secretartprint.ru/Label">http://secretartprint.ru/Label</a> for cheese SECRET ART PRINT.html
2.	Этикетка замороженных продуктов «Рыбное филе и полуфабрикаты» (Вариант № 1).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> for fresh seafood SECRET_ART_PRINT.html
3.	Этикетка замороженных продуктов «Рыбное филе и полуфабрикаты» (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> for fresh seafood SECRET_ART_PRINT.html
4.	Упаковка творога «Творожинка» 150 г. (Вариант № 1).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> caseo SECRET ART PRINT.html
5.	Упаковка творога «Творожинка» 150 г. (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> caseo SECRET ART PRINT.html
6.	Упаковки леденцов «Finchi».	<a href="http://secretartprint.ru/News_SECRET_ART_PRINT/Zapisi/2016/4/5">http://secretartprint.ru/News_SECRET_ART_PRINT/Zapisi/2016/4/5</a> Upakovka dla ledencov Finchi.html
7.	Этикетка для вина Rouge	<a href="http://secretartprint.ru/The">http://secretartprint.ru/The</a> label on a bottle of wine SECRET ART PRINT.html
8.	Этикетка для вина Blanc	<a href="http://secretartprint.ru/The">http://secretartprint.ru/The</a> label on a bottle of wine SECRET ART PRINT.html
9.	Этикетка для вина Pino Nuare	<a href="http://secretartprint.ru/The">http://secretartprint.ru/The</a> label on a bottle of wine SECRET ART PRINT.html
10.	Этикетка безалкогольного напитка «Energy».	<a href="http://secretartprint.ru/CollectBeverage_packaging/Zapisi/2016/3/11_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_ENERGY.html">http://secretartprint.ru/CollectBeverage_packaging/Zapisi/2016/3/11_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_ENERGY.html</a>
11.	Этикетка для пива «Август»	<a href="http://secretartprint.ru/CollectBeverage_packaging/Zapisi/2016/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_PIVA_AVGUST.html">http://secretartprint.ru/CollectBeverage_packaging/Zapisi/2016/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_PIVA_AVGUST.html</a>
12.	Упаковка семечек «Крымский вкус»	<a href="http://secretartprint.ru/Environmental_packaging">http://secretartprint.ru/Environmental_packaging</a> SECRET ART PRINT.html
13.	Этикетка «AIR of FLORIDA».	<a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_ETIKETKA.html">http:// secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_ETIKETKA.html</a>

14.	Этикетка «Суточная норма» семейка и	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
15.	Упаковка для картриджей «Myink» LaserjetPrinter NT- Q2612A. (Вариант №	<a href="http://secretartprint.ru/Box">http://secretartprint.ru/Box</a> for Cartridge SECRET ART PRINT.html
16.	Упаковка для картриджей «EPSON».с мальчиком	<a href="http://secretartprint.ru/Plastic">http://secretartprint.ru/Plastic</a> wrap SECRET ART PRINT.html
17.	Этикетка «КОМБУЧА» (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2015/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_KOMBUCHA.html">http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2015/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_KOMBUCHA.html</a>
18.	Говарный знак «BELTEX»	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
19.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный»	<a href="http://secretartprint.ru/Ice">http://secretartprint.ru/Ice</a> Cream Packaging SECRET ART PRINT.html
20.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» с зеленым	<a href="http://secretartprint.ru/Ice">http://secretartprint.ru/Ice</a> Cream Packaging SECRET ART_PRINT.html
21.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» (цветок	<a href="http://secretartprint.ru/Ice">http://secretartprint.ru/Ice</a> Cream Packaging SECRET ART_PRINT.html
22.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» с грузовичком.	<a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_VEKTO_RNYJ_RISUNOK.html">http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_VEKTO_RNYJ_RISUNOK.html</a>
23.	Товарный знак «Мастермикс» (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
24.	Товарный знак «STYLE YOU».	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
25.	Упаковка «Горох» 900 г.	<a href="http://secretartprint.ru/Packing">http://secretartprint.ru/Packing</a> of bulk_products SECRET ART PRINT.html

Ответчики обязаны уплатить солидарно в пользу общества «Стайл-Ю» компенсацию в размере 250 000 рублей.

Признаны не соответствующими действительности, порочащими деловую репутацию общества «Стайл-Ю» с обязанием ответчиков удалить сведения, размещенные на странице сайта информационно-телекоммуникационной сети Интернет <http://secretartprint.ru> о том, что указанные произведения созданы обществом «Секрет принт»:

№	Название произведения	Интернет-страница
1.	Этикетка сыра «Brie».	<a href="http://secretartprint.ru/Label">http://secretartprint.ru/Label</a> for cheese SECRET ART PRINT.html

2.	Этикетка замороженных продуктов «Рыбное филе и полуфабрикаты» (Вариант № 1).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> for fresh seafood SECRET_ART_PRINT.html
3.	Этикетка замороженных продуктов «Рыбное филе и полуфабрикаты» (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> for fresh seafood SECRET_ART_PRINT.html
4.	Упаковка творога «Творожинка» 150 г. (Вариант № 1).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> caseo SECRET ART PRINT.html
5.	Упаковка творога «Творожинка» 150 г. (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging">http://secretartprint.ru/Packaging</a> caseo SECRET ART PRINT.html
6.	Упаковки леденцов «Finchi».	<a href="http://secretartprint.ru/News_SECRET_ART_PRINT/Zapisi/2016/4/5_Upakovka_dla_ledencov_Finchi.html">http://secretartprint.ru/News_SECRET_ART_PRINT/Zapisi/2016/4/5_Upakovka_dla_ledencov_Finchi.html</a>
7.	Этикетка для вина Rouge	<a href="http://secretartprint.ru/The">http://secretartprint.ru/The</a> label on a bottle of wine SECRET ART PRINT.html
8.	Этикетка для вина Blanc	<a href="http://secretartprint.ru/The">http://secretartprint.ru/The</a> label on a bottle of wine SECRET ART PRINT.html
9.	Этикетка для вина Pino Nuare	<a href="http://secretartprint.ru/The">http://secretartprint.ru/The</a> label on a bottle of wine SECRET ART PRINT.html
10.	Этикетка безалкогольного напитка «Energy».	<a href="http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2016/3/11_DKAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_ENERGY.html">http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2016/3/11_DKAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_ENERGY.html</a>
11.	Этикетка для пива «Август»	<a href="http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2016/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_PIVA_AVGUST.html">http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2016/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_PIVA_AVGUST.html</a>
12.	Упаковка семечек «Крымский вкус»	<a href="http://secretartprint.ru/Environmental_packaging">http://secretartprint.ru/Environmental_packaging</a> SECRET ART PRINT.html
13.	Этикетка «AIR of FLORIDA».	<a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_ETIKETKA.html">http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_ETIKETKA.html</a>
14.	Этикетка «Суточная норма» семейка и мальчик.	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
15.	Упаковка для картриджей «Myink» LaserjetPrinter NT-Q2612A. (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Box">http://secretartprint.ru/Box</a> for Cartridge SECRET ART PRINT.html
16.	Упаковка для картриджей «EPSON».с мальчиком	<a href="http://secretartprint.ru/Plastic">http://secretartprint.ru/Plastic</a> wrap SECRET ART PRINT.html
17.	Этикетка «КОМБУЧА» (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2015/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_KOMBUCHA.html">http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2015/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_KOMBUCHA.html</a>

18.	Товарный знак «BELTEX»	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
19.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный»	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice Cream Packaging SECRET ART PRINT.html</a>
20.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» с зеленым принтом	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice Cream Packaging SECRET ART_PRINT.html</a>
21.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» (цветок ванили на упаковке)	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice Cream Packaging SECRET ART_PRINT.html</a>
22.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» с грузовичком.	<a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_VEKTO_RNYJ_RISUNOK.html">http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10 VEKTO RNYJ_RISUNOK.html</a>
23.	Товарный знак «Мастермикс» (Вариант № 2).	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
24.	Товарный знак «STYLE YOU».	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
25.	Упаковка «Горох» 900 г.	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_of_bulk_products_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packing of bulk_products SECRET ART PRINT.html</a>
26.	Туалетная бумага «ЕЛИО» (6 вариантов этикетки).	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_paper_napkins_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging_paper napkins SECRET ART PRINT.html</a>
27.	Этикетка «Сидр Российский» 0,5 и 1,5 л.	<a href="http://secretartprint.ru/Collect_Beverage_packaging/Zapisi/2014/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_SIDR.html">http://secretartprint.ru/Collect Beverage_packaging/Zapisi/2014/3/12_DIZAJN_BANKI_DLA_NAPITKA_SIDR.html</a> <a href="http://secretartprint.ru/Package_for_drinks_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Package for drinks SECRET ART PRINT.html</a>
28.	Этикетка «Бражка» 0,5 л.	<a href="http://secretartprint.ru/Drink_in_bank_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Drink in bank SECRET ART PRINT.html</a>
29.	Упаковка для масла «Крестьянское» и «Традиционное».	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_butter_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packing butter SECRET ART PRINT.html</a>
30.	Этикетка «Рис для суши HOSHI» Вариант № 1 и № 2.	<a href="http://secretartprint.ru/Rice_for_Sushi_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Rice for Sushi SECRET ART PRINT.html</a> <a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_VEKTO_RNYE_RISUNKI_PERSONAZI.html">http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10 VEKTO RNYE_RISUNKI_PERSONAZI.html</a> (иллюстрация) <a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a> (логотип)
31.	Товарный знак «Новый Крым».	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
32.	Упаковки чая по 50 г. в ассортименте 12 вкусов: шиповник; мята; календула; кизил; лаванда с барбарисом; липа; роза; ромашка; чабрец; с горными травами; фруктами; ягодами.	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_2_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging herbal tea 2 SECRET _ART_PRINT.html</a> <a href="http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_3_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging herbal tea 3 SECRET _ART_PRINT.html</a>

33.	Упаковки чая в пирамидках в ассортименте 12 вкусов: шиповник; мята; календула; кизил; лаванда с барбарисом; липа; роза; ромашка; чабрец; с горными травами; фруктами; ягодами.	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_SECRET_ART_PRINT.html</a>
34.	Упаковки чая по 160 г в ассортименте 12 вкусов: шиповник; мята; календула; кизил; лаванда с барбарисом; липа; роза; ромашка; чабрец; с горными травами; фруктами; ягодами.	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_4_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_4_SECRET_ART_PRINT.html</a>
35.	Упаковка чая в пластиковом пакете по 250 г. в ассортименте 12 вкусов: шиповник; мята; календула; кизил; лаванда с барбарисом; липа; роза; ромашка; чабрец; с горными травами; фруктами; ягодами.	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_3_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging_herbal_tea_3_SECRET_ART_PRINT.html</a>
36.	Логотип «AhBeauty» ласточки	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
37.	Этикетка «Интрадест»	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_Medical_cream_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging_Medical_cream_SECRET_ART_PRINT.html</a>
38.	Логотип «Интрадест»	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
39.	Упаковка крема «HAPPY»	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_cosmetic_cream_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging_cosmetic_cream_SECRET_ART_PRINT.html</a>
40.	Упаковка «Цементно-песчанная смесь»	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html">http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html</a>
41.	Упаковка «Клей плиточный для наружных и внутренних работ Гранит»	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html">http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html</a> 1
42.	Упаковка «Клей плиточный для внутренних работ Стандарт»	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html">http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html</a> 1
43.	Упаковка «Клей плиточный для наружных и внутренних работ Универсал»,	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html">http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html</a>
44.	Упаковка «Наливной пол»	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html">http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html</a>
45.	Упаковка стяжки «Идеальный пол»	<a href="http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html">http://secretartprint.ru/Packing_for_cement_mixtures.html</a>
46.	Упаковка для картриджей «Myink» LaserjetPrinter NT-Q2612A. (вариант № 1).	<a href="http://secretartprint.ru/Box_for_Cartridge_SECRETART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Box_for_Cartridge_SECRETART_PRINT.html</a>

47.	Товарный знак «Ногинское мороженое»	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
48.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный премиум» 200 г	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html</a>
49.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» с изюмом 200 г	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html</a>
50.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» фисташковый 200 г	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html</a>
51.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» с шариками мороженого	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html</a>
52.	Упаковка для мороженого «Пломбир ванильный» со снежинками	<a href="http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Ice_Cream_Packaging_SECRET_ART_PRINT.html</a>
53.	Графические произведения «Мольберт», «Вышивка», «Клубок ниток и спицы», «Швейная машинка, катушки ниток, вязальные клубки со спицами, ножницы», «Мишки», «Девушка»	<a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_VEKTO_RNYE_RISUNKI.html">http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2016/3/10_VEKTO_RNYE_RISUNKI.html</a>
54.	Товарный знак «Перлотто»	<a href="http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Logos_SECRET_ART_PRINT.html</a>
55.	Упаковка «Ореховый микс»	<a href="http://secretartprint.ru/Packaging_for_luxury_sweets_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Packaging_for_luxury_sweets_SECRET_ART_PRINT.html</a>
56.	Дизайн конвертов «Безлимитный тариф для своих», «Безлимитный тариф Москва», «Безлимитный тариф Россия».	<a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2014/3/14_PANNO_DLA_HOLLA_V_GOSTINICE.html">http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2014/3/14_PANNO_DLA_HOLLA_V_GOSTINICE.html</a> <a href="http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2014/6/11_PANNO_DLA_HOLLA_V_GOSTINICE_2.html">http://secretartprint.ru/Collect/Zapisi/2014/6/11_PANNO_DLA_HOLLA_V_GOSTINICE_2.html</a>
57.	Этикетка «КОМБУЧА» (Вариант № 1).	<a href="http://secretartprint.ru/Beverage_packaging_SECRET_ART_PRINT.html">http://secretartprint.ru/Beverage_packaging_SECRET_ART_PRINT.html</a>

С ответчиков солидарно взысканы в пользу общества «Стайл-Ю» 500 000 руб. в счет возмещения нематериального (репутационного) вреда.

Распределены расходы по оплате госпошлины за подачу иска.

Не согласившись с принятыми по делу судебными актами, ответчики обратились с кассационной жалобой, в которой, ссылаясь на нарушение судами первой и апелляционной инстанции норм материального и процессуального права, несоответствие выводов судов фактическим обстоятельствами дела, просят их отменить и принять по делу новый



судебный акт, которым в удовлетворении исковых требований отказать в полном объеме.

Как следует из кассационной жалобы, по мнению ответчиков, судами первой и апелляционной инстанции при рассмотрении настоящего спора:

не установлены объекты, в отношении которых заявлены требования и права на которые, по утверждению истца, ему переданы, соответствующие доводы ответчиков оставлены без внимания;

суды не установили порядок перехода интеллектуальных прав от Туманова А.В. к истцу,

в нарушение положений статьи 162 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судами не исследованы доказательства, имеющие существенное значение для дела, что привело к немотивированному выводу о наличии у истца исключительных авторских прав и о нарушении этих прав ответчиками;

суды необоснованно пришли к выводу о наличии оснований для удовлетворения требований о защите деловой репутации при отсутствии в деле доказательств факта распространения Тумановым А.В. сведений порочащего характера;

удовлетворяя требование о взыскании репутационного вреда, суд первой инстанции не учел, что такое взыскание не предусмотрено действующим законодательством.

В судебном заседании суда кассационной инстанции представитель ответчиков кассационную жалобу поддержал по доводам, в ней изложенным.

Представитель истца возражал против удовлетворения кассационной жалобы по мотивам, изложенным в отзыве.

Выслушав представителей лиц, участвующих в деле, обсудив доводы кассационной жалобы и отзыва на нее, проверив в порядке статей 286, 287 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации законность обжалуемых судебных актов, а также соответствие выводов, содержащихся в них, установленным фактическим обстоятельствам и имеющимся в деле

доказательствам, и исходя из доводов, содержащихся в кассационной жалобе, суд кассационной инстанции пришел к следующим выводам.

Как было установлено судом первой инстанции, в обоснование исковых требований истец ссылался на то, что на сайте общества «Секрет принт» размещены 57 произведений, созданные обществом «Стайл-Ю»: исключительные права на 32 произведения были переданы истцу заказчиком по договорам об оказании дизайнерских услуг, остальные 25 произведений не были приняты заказчиками, и все исключительные права на них принадлежат обществу «Стайл-Ю».

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц в отношении общества «СЕКРЕТ ПРИНТ» (т. 4 л.д. 31-35) Туманов А.В. одновременно является учредителем и генеральным директором этого общества.

Как следует из решения суда первой инстанции от 22.08.2018, Туманов А.В. в судебном заседании не отрицал факт размещения 25 указанных в исковом заявлении произведений на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru). Согласно ответу регистратора домена [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru) № 4271-С от 22 ноября 2016 г. на адвокатский запрос от 17 ноября 2016 г. Туманов А.В. является владельцем (администратором) данного домена с 6 мая 2015 года по настоящее время (пи 1 л.д. 47). Однако фактическим выгодоприобретателем является ООО «СЕКРЕТ ПРИНТ». Указанный вывод прямо следует из информации, опубликованной на сайте в разделе «О студии» (т. 1 л.д. 81-82):

Таким образом, суд первой инстанции установил, что нарушение прав истца осуществлялось совместными действиями ответчиков. С учетом того, что права истца были нарушены совместными действиями двух ответчиков, компенсация за нарушение исключительных прав должна быть взыскана с обоих ответчиков солидарно.

Вывод суда первой инстанции о том, что Туманов А.В. и общество «Секрет принт» не являются владельцами 25 произведений, размещенных на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru), обусловил следующий вывод: они не вправе

использовать указанные произведения без разрешения правообладателя — истца. Таким образом, истец, как владелец данных авторских произведений вправе требовать от ответчиков удаление указанных произведений с сайта [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru).

К указанному выводу суд первой инстанции пришел, установив следующее.

На сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru) размещены следующие дизайны:

этикетки замороженных продуктов рыбное филе и полуфабрикаты (т. 1 л.д. 136-139);

упаковок мороженого для Ногинского хладокомбината (т. 1 л.д. 141-149; т. 2 л.д. 148-149);

этикетки риса «HOSHI» (т. 2 л.д. 7-10);

этикетки для чайной артели «Новый Крым» (т. 2 л.д. 17-21; т. 2 л.д. 68-84);

этикетки для «Мастермикс» (т. 2 л.д. 39-45).

В отношении всех вышеприведенных дизайнов указано, что они были созданы обществом «СЕКРЕТ ПРИНТ» для конкретных заказчиков.

Однако, как отметил суд первой инстанции, «у общества «СЕКРЕТ ПРИНТ» нет и не может быть договоров на создание данных произведений», так как задания на создание этих произведений были даны обществом «Стайл-Ю», что подтверждается договорами, представленными истцом в материалы дела:

в отношении дизайнов замороженных продуктов рыбное филе и полуфабрикаты — договор с ООО «ТД «Сладушка» (т. 3 л.д. 55-57);

в отношении дизайнов упаковок мороженого для Ногинского хладокомбината - договор с ООО «Богородский комбинат» (т. 3 л.д. 99-101);

в отношении дизайнов этикеток для риса «HOSHI» - договор с ООО «БОН» (т. 3 л.д. 111-113);

в отношении дизайнов этикеток для чайной артели «Новый Крым» - договор с ООО «Дары Крыма» (т. 3 л.д. 87-89);

в отношении этикеток для «Мастермикс» - договор с ИП Тюляков (т.3л.д. 43-45).

При этом, как указал суд первой инстанции, для выполнения некоторых заказов клиентов общество «Стайл-Ю» приобретало платные лицензионные изображения на сайте [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com), перерабатывало их под потребности клиента и изготавливало новый продукт (авторское произведение). У общества «Стайл-Ю» имеется 365-дневная подписка на вышеуказанный ресурс, действующая с 21.01.2014, располагая которой, истец может скачивать любые изображения с указанного ресурса.

В частности, общество «Стайл-Ю» приобрело изображение попугая, которое в дальнейшем было использовано для создания этикетки для картриджей (т. 2 л.д. 56-61), а также два изображения шиповника, которые были использованы при создании этикетки упаковки чая для чайной артели «Новый Крым» (т. 2 л.д. 17-21; т. 2 л.д. 68-84)».

В связи с изложенным суд первой инстанции пришел к выводу о том, что «Туманов А.В. никак не мог создать данные произведения самостоятельно и уж тем более до работы у истца, так как необходимые материалы для создания данных произведений приобретались истцом».

При этом суд первой инстанции отмечает, что «на сайте демонстрируется работа (т. 1 л.д. 141-149), выполненная не обществом «Стайл-Ю», однако она содержит элементы дизайна «ваниль», которая была создана истцом для ООО «Новый Крым» (т. 3 л.д. 87-89) и является служебным произведением».

Также суд первой инстанции установил, что «на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru) размещена фотография дизайна этикетки стеклянной баночки «NUTNAT» (т. 1 л.д. 115-119). На фотографии указано, что данная фотография сделана Вадимом Соколовым. (Приложение № 9). Указанное лицо являлось сотрудником общества «Стайл-Ю» в период с 9 января 2014 г. по 26 марта 2015 г. Таким образом, указанная фотография является служебным произведением, права на которое принадлежит истцу».

Указанный факт, по мнению суда первой инстанции, «еще раз доказывает, что данное произведение не могло быть создано Тумановым А.В. для личных целей и скопировано с диска личного компьютера сотрудниками общества «Стайл-Ю», так как Туманов А.В. размещая на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru) указанную фотографию знал, что она была выполнена в студии общества «Стайл-Ю» сотрудником истца».

При этом суд первой инстанции в отношении довода Туманова А.В. о том, что указанное произведение было украдено сотрудниками общества «Стайл-Ю» с его личного диска, пришел к выводу, что названный довод «не подтвержден документально и опровергается фотографией, на которой весь коллектив общества «Стайл-Ю», в том числе и Туманов А.В. изображены в футболках с указанным изображением».

Суд первой инстанции также установил, что из представленных в материалы дела документов, проанализированных истцом в таблице, следует, что заказы на большинство произведений поступили к истцу в момент работы Туманова А.В. в обществе «Стайл-Ю». Таким образом, указанные произведения не могли быть выполнены Тумановым А.В. для личной цели или до работы у истца; заказы, поступившие истцу до трудоустройства Туманова А.В., были выполнены в период работы Туманова А.В. и переданы заказчикам, что подтверждается актами приема-передачи:

	Произведение (номер в таблице)	Акт приема-передачи
	10, 11, 12, 51	т. 3 л.д. 23-27
	24	т. 3 л.д. 37-42
	34,35,36	т. 3 л.д. 12-13
	49	т. 3 л.д. 30-36

Как указывал истец, в соответствии с п. 4.3 Трудового договора № 9/02.2014 от 03.02.2014: ««Работодатель» вправе при любом использовании служебного произведения указывать свое наименование либо требовать такого указания». Данное обстоятельство явилось основанием для заявления обществом «Стайл-Ю» требования о запрете Туманову А.В. использовать служебные произведения, созданные обществом «Стайл-Ю» в коммерческих целях и обязанности Туманова А.В. при использовании

служебного произведения указывать наименование правообладателя служебного произведения — общество «Стайл-Ю».

Установив таким образом факт нарушения ответчиками исключительных прав истца на произведения, суд первой инстанции пришел к выводу о наличии оснований для взыскания компенсации с ответчиков солидарно.

В отношении требований о защите деловой репутации суд первой инстанции пришел к следующим выводам.

Размещение ответчиками на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru) авторских произведений, созданных истцом, наносит вред деловой репутации истца, поскольку указанные произведения расположены в разделе «Портфолио» и фактически являются рекламой студии общества «СЕКРЕТ ПРИНТ». Таким образом, ответчики используют для саморекламы произведения, созданные обществом «Стайл-Ю».

Истцом были получены два письма от своих постоянных клиентов (т. 4 л.д. 21-22), в которых последние ставят вопрос о том, кто в действительности является автором приобретенных у истца произведений, после чего заказов от данных клиентов истец не получал, что свидетельствует о том, что потеря двух постоянных клиентов связана именно с противоправными действиями ответчиков по незаконному использованию произведений, исключительные права на которые им не принадлежат.

Данные обстоятельства позволили суду первой инстанции сделать вывод о том, что ответчики наносят вред деловой репутации истца, который заключается в распространении несоответствующих действительности сведений на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru).

В свою очередь, порочащий характер сведений заключается в публикации ответчиками на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru) произведений, созданных обществом «Стайл-Ю», и введение клиентов в заблуждение относительно действительного автора указанных произведений.

Удовлетворяя требование о взыскании репутационного вреда, суд первой инстанции согласился с расчетом истца и установил, что общий размер убытков общества «Стайл-Ю» в виде упущенной выгоды мог достигать 16 000 000 руб., что является основанием для удовлетворения требования о взыскании компенсации в счет возмещения нематериального (репутационного) вреда в заявленном размере.

Суд апелляционной инстанции согласился с выводами суда первой инстанции и указал, что суд первой инстанции, правильно установив фактические обстоятельства, вынес законное и обоснованное решение.

Суд кассационной инстанции не может согласиться с выводами судов первой и апелляционной инстанции ввиду нижеследующего.

В соответствии с абзацем 7 пункта 1 статьи 1259 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, графические рассказы, комиксы и другие произведения изобразительного искусства относятся к объектам авторских прав.

В силу статьи 1257 ГК РФ автором произведения науки, литературы или искусства признается гражданин, творческим трудом которого оно создано. Лицо, указанное в качестве автора на оригинале или экземпляре произведения либо иным образом в соответствии с пунктом 1 статьи 1300 названного Кодекса, считается его автором, если не доказано иное.

Автору произведения принадлежат исключительное право на произведение; право авторства; право автора на имя; право на неприкосновенность произведения; право на обнародование произведения (пункт 2 статьи 1255 ГК РФ).

В силу пункта 1 статьи 1295 ГК РФ под служебным произведением понимается произведение науки, литературы или искусства, созданное в пределах установленных для работника (автора) трудовых обязанностей. Авторские права на произведение науки, литературы или искусства,

созданное в пределах установленных для работника (автора) трудовых обязанностей (служебное произведение), принадлежат автору.

Вместе с тем согласно пункту 2 статьи 1295 ГК РФ исключительное право на служебное произведение принадлежит работодателю, если трудовым или иным договором между работодателем и автором не предусмотрено иное.

Как следует из разъяснений, изложенных в пункте 39.1 совместного постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации и Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 5/29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – постановление № 5/29), для определения того, является ли созданное работником после 31.12.2007 по конкретному заданию работодателя произведение служебным, необходимо исследовать вопрос о том, входило ли это задание в пределы трудовых обязанностей работника. Если такое задание работодателя в его трудовые обязанности не входило, то созданное произведение не может рассматриваться как служебное - исключительное право на него принадлежит работнику, его использование работодателем возможно лишь на основании отдельного соглашения с работником и при условии выплаты ему вознаграждения.

Суд по интеллектуальным правам обращает внимание на то, что определяющим для признания объекта авторских прав служебным является факт его создания работником в связи с выполнением трудовых обязанностей, содержание которых может быть выражено в виде относительно общего круга осуществляемых работником трудовых функций или конкретного задания работодателя.

При решении вопроса о том, является ли созданный работником объект интеллектуальных прав служебным, во внимание могут быть приняты в частности: соотношение деятельности, осуществляемой работодателем, со сферой, в которой создан соответствующий объект; пределы трудовых



обязанностей работника (применительно к пункту 39.1 постановления № 5/29); место выполнения работ по созданию охраноспособных объектов; источник оборудования и средств, использованных для их создания; возможность осуществления работодателем контроля за работой, в рамках которой создан охраноспособный объект; цель создания охраноспособного объекта; последующее поведение работника и работодателя; составляемые ими в процессе трудовой деятельности работника документы, которые в совокупности могли бы свидетельствовать о разработке объектов в порядке исполнения трудовых обязанностей (аналогичные критерии, в частности, отражены в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 07.08.2015 по делу № СИП-253/2013 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 07.12.2015 № 300-ЭС15-15213 отказано в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации), от 15.03.2016 по делу № СИП-818/2014 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 07.07.2016 № 300-ЭС16-7077 отказано в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано), от 16.05.2016 по делу № СИП-167/2015).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1270 ГК РФ использованием произведения независимо от того, совершаются ли соответствующие действия в целях извлечения прибыли или без такой цели, считается, в частности:

1) воспроизведение произведения, то есть изготовление одного и более экземпляра произведения или его части в любой материальной форме, в том числе в форме звуко- или видеозаписи, изготовление в трех измерениях одного и более экземпляра двухмерного произведения и в двух измерениях одного и более экземпляра трехмерного произведения. При этом запись произведения на электронном носителе, в том числе запись в память ЭВМ, также считается воспроизведением. Не считается воспроизведением

краткосрочная запись произведения, которая носит временный или случайный характер и составляет неотъемлемую и существенную часть технологического процесса, имеющего единственной целью правомерное использование произведения либо осуществляемую информационным посредником между третьими лицами передачу произведения в информационно-телекоммуникационной сети, при условии, что такая запись не имеет самостоятельного экономического значения;

2) распространение произведения путем продажи или иного отчуждения его оригинала или экземпляров;

3) публичный показ произведения, то есть любая демонстрация оригинала или экземпляра произведения непосредственно либо на экране с помощью пленки, диапозитива, телевизионного кадра или иных технических средств, а также демонстрация отдельных кадров аудиовизуального произведения без соблюдения их последовательности непосредственно либо с помощью технических средств в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение в месте его демонстрации или в другом месте одновременно с демонстрацией произведения;

4) импорт оригинала или экземпляров произведения в целях распространения;

5) прокат оригинала или экземпляра произведения;

6) публичное исполнение произведения, то есть представление произведения в живом исполнении или с помощью технических средств (радио, телевидения и иных технических средств), а также показ аудиовизуального произведения (с сопровождением или без сопровождения звуком) в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение в месте его

представления или показа либо в другом месте одновременно с представлением или показом произведения;

7) сообщение в эфир, то есть сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению, за исключением сообщения по кабелю. При этом под сообщением понимается любое действие, посредством которого произведение становится доступным для слухового и (или) зрительного восприятия независимо от его фактического восприятия публикой. При сообщении произведений в эфир через спутник под сообщением в эфир понимается прием сигналов с наземной станции на спутник и передача сигналов со спутника, посредством которых произведение может быть доведено до всеобщего сведения независимо от его фактического приема публикой. Сообщение кодированных сигналов признается сообщением в эфир, если средства декодирования предоставляются неограниченному кругу лиц организацией эфирного вещания или с ее согласия;

8) сообщение по кабелю, то есть сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению с помощью кабеля, провода, оптического волокна или аналогичных средств. Сообщение кодированных сигналов признается сообщением по кабелю, если средства декодирования предоставляются неограниченному кругу лиц организацией кабельного вещания или с ее согласия;

8.1) ретрансляция, то есть прием и одновременное сообщение в эфир (в том числе через спутник) или по кабелю полной и неизменной радио- или телепередачи либо ее существенной части, сообщаемой в эфир или по кабелю организацией эфирного или кабельного вещания;

9) перевод или другая переработка произведения. При этом под переработкой произведения понимается создание производного произведения (обработки, экранизации, аранжировки, инсценировки и тому подобного). Переработка произведения предполагает создание нового (производного) произведения на основе уже существующего. При этом право

на переработку произведения как один из способов использования результата интеллектуальной деятельности может быть передано в числе иных правомочий в рамках передачи исключительного права по договору об отчуждении исключительного права в полном объеме (статья 1234 ГК РФ) либо предоставлено по лицензионному договору (статья 1235 ГК РФ), а также может перейти по установленным в законе основаниям без заключения договора с правообладателем (статья 1241 ГК РФ) (пункт 31 постановления № 5/29);

10) практическая реализация архитектурного, дизайнерского, градостроительного или садово-паркового проекта;

11) доведение произведения до всеобщего сведения таким образом, что любое лицо может получить доступ к произведению из любого места и в любое время по собственному выбору (доведение до всеобщего сведения).

В силу пунктов 1-3 статьи 1250 ГК РФ интеллектуальные права защищаются способами, предусмотренными названным Кодексом, с учетом существа нарушенного права и последствий нарушения этого права.

Предусмотренные ГК РФ меры ответственности за нарушение интеллектуальных прав подлежат применению при наличии вины нарушителя, если иное не установлено настоящим Кодексом.

Отсутствие вины доказывается лицом, нарушившим интеллектуальные права.

Если иное не установлено ГК РФ, предусмотренные подпунктом 3 пункта 1 и пунктом 3 статьи 1252 этого Кодекса меры ответственности за нарушение интеллектуальных прав, допущенное нарушителем при осуществлении им предпринимательской деятельности, подлежат применению независимо от вины нарушителя, если такое лицо не докажет, что нарушение интеллектуальных прав произошло вследствие непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств.

Согласно пункту 1 статьи 1252 ГК РФ защита исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и на средства индивидуализации осуществляется, в частности, путем предъявления в порядке, предусмотренном названным Кодексом, требования:

1) о признании права - к лицу, которое отрицает или иным образом не признает право, нарушая тем самым интересы правообладателя;

2) о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения, - к лицу, совершающему такие действия или осуществляющему необходимые приготовления к ним, а также к иным лицам, которые могут пресечь такие действия;

3) о возмещении убытков - к лицу, неправомерно использовавшему результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без заключения соглашения с правообладателем (бездоговорное использование) либо иным образом нарушившему его исключительное право и причинившему ему ущерб, в том числе нарушившему его право на вознаграждение, предусмотренное статьей 1245, пунктом 3 статьи 1263 и статьей 1326 названного Кодекса;

4) об изъятии материального носителя в соответствии с пунктом 4 настоящей статьи - к его изготовителю, импортеру, хранителю, перевозчику, продавцу, иному распространителю, недобросовестному приобретателю;

5) о публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя - к нарушителю исключительного права.

Согласно пункту 6.1 статьи 1252 ГК РФ в случае, если одно нарушение исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации совершено действиями нескольких лиц совместно, такие лица отвечают перед правообладателем солидарно.

В соответствии со статьей 1301 ГК РФ в случаях нарушения исключительного права на произведение автор или иной правообладатель наряду с использованием других применимых способов защиты и мер ответственности, установленных указанным Кодексом (статьи 1250, 1252 и

1253), вправе в соответствии с пунктом 3 статьи 1252 названного Кодекса требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации:

1) в размере от десяти тысяч рублей до пяти миллионов рублей, определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения;

2) в двукратном размере стоимости контрафактных экземпляров произведения;

3) в двукратном размере стоимости права использования произведения, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование произведения тем способом, который использовал нарушитель.

Согласно разъяснениям, изложенным в пункте 14 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 19.06.2006 № 15 «О вопросах, возникших у судов при рассмотрении гражданских дел, связанных с применением законодательства об авторском праве и смежных правах», при разрешении вопроса о том, какой стороне надлежит доказывать обстоятельства, имеющие значение для дела о защите авторского права или смежных прав, суду необходимо учитывать, что ответчик обязан доказать выполнение им требований законодательства об авторском праве и смежных правах при использовании произведений и (или) объектов смежных прав. В противном случае физическое или юридическое лицо признается нарушителем авторского права и (или) смежных прав, и для него наступает гражданско-правовая ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации. Истец должен подтвердить факт принадлежности ему авторского права и (или) смежных прав или права на их защиту, а также факт использования данных прав ответчиком.

Таким образом, исходя из характера спора о защите авторских прав на истце лежит обязанность доказать факты принадлежности ему авторских прав и использования данных прав ответчиком, на ответчике – выполнение

им требований действующего законодательства при использовании соответствующих произведений.

В пункте 42 постановления № 5/29 разъяснено, что при рассмотрении судом дела о защите авторских прав надлежит исходить из того, что пока не доказано иное, автором произведения (обладателем исключительного права на произведение) считается лицо, указанное в качестве такового на экземпляре произведения. Необходимость исследования иных доказательств может возникнуть в случае, если авторство лица на произведение оспаривается.

В настоящем деле в обоснование исковых требований истец сослался на то, что используемые ответчиками произведения были созданы Тумановым А.В. в ходе исполнения трудового договора и в соответствии с должностной инструкцией Арт-директора, с учетом положений которых произведения считаются служебными и исключительные права на них принадлежат истцу. Эти доводы истца оспаривались ответчиками.

Как усматривается из материалов дела, в отзыве на исковое заявление (т. 5 л.д. 3-7) Туманов А.В. указывал на то, что при приеме на работу между ним и обществом «Стайл-Ю» был заключен трудовой договор, согласно условиям которого Туманов А.В. выполняет обязанности арт-директора (контроль над персоналом). В действительности заключенный между ним и обществом «Стайл-Ю» трудовой договор отличается от представленного в материалы дела и не содержал в себе условий о передаче исключительных прав от работника работодателю. Кроме того, в должностные обязанности Туманова А.В. не входило создание художественно-оформительских работ, в связи с чем исключительные права у истца не возникли.

Кроме того, Туманов А.В. указывал, что именно ему принадлежит авторство и исключительные права на спорный дизайн упаковок и логотипов и т.д., в обоснование чего указывал на возможность представления им макетов, эскизов, чертежей, набросков, исходных материалов, а также на то, что все работы выполнялись с помощью лицензионного программного

обеспечения, которое отсутствует у общества «Стайл-Ю» и автором (admin name) является Туманов Александр (личный компьютер).

Изложенное, с учетом возражений ответчиков и исходя из вышеприведенных норм права и разъяснений высшей судебной инстанции, обуславливало необходимость исследования судами нижестоящих инстанций вопросов о том, кто является автором произведений, каких именно произведений, момент их создания, факт создания в рамках служебных обязанностей или нет и т.д.

Суд кассационной инстанции считает заслуживающими внимания доводы заявителя кассационной жалобы о том, что суд первой инстанции не исследовал полно и всесторонне все фактические обстоятельства рассматриваемого спора и нарушил основополагающие принципы арбитражного процесса - состязательности и равноправия сторон, не дав полную, всестороннюю и объективную оценку доводам ответчиков о том, что истец не доказал наличие у него материального права, подлежащего защите при обращении в суд, и не определил, о защите исключительных авторских прав на какие конкретно произведения, когда и кем созданные заявлен иск.

Судом первой инстанции в нарушение статьи 162 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации не исследованы доказательства в подтверждение доводов о том, что спорные произведения изготавливались Тумановым А.В. не по указанию работодателя и в периоды времени, в которые Туманов А.В. не состоял в трудовых отношениях с истцом, в то время как указанные обстоятельства являются существенными для правильного разрешения спора.

Основываясь только на выводах заключения судебной экспертизы, являющейся лишь одним из доказательств по делу, о том, что подписи на трудовом договоре и должностной инструкции, представленной истцом в материалы дела, выполнены Тумановым А.В., суд первой инстанции немотивированно отклонил доводы ответчиков как необоснованные, не



исследовав условия представленного в дело трудового договора с учетом должностной инструкции и всех подлежащих выяснению фактов в их совокупности и взаимосвязи.

Делая вывод о нарушении Тумановым А.В. прав истца на фотографию дизайна этикетки стеклянной баночки «NUTNAT», суд первой инстанции не учел, что фотография (фотографическое произведение) и произведения графики и дизайна являются самостоятельными объектами авторских прав. Кроме того, из материалов дела не усматривается, что истцом было заявлено требование о защите авторских прав на фотографические произведения (пункт 1 статьи 1259 ГК РФ).

Также суд первой инстанции не исследовал, когда именно началось предполагаемое нарушение авторских прав на каждый объект и имело ли оно длящийся характер, каким способом авторские права были нарушены (статья 1270 ГК РФ), и какие обстоятельства позволили суду сделать вывод о том, что авторские права на произведения (и какие именно) принадлежат истцу.

Из описательной и мотивировочных частей решения суда первой инстанции не усматривается, в отношении каких конкретно произведений установлен факт нарушения ответчиком исключительных прав истца и взыскана компенсация.

В отношении выводов суда первой инстанции об обоснованности требования о защите деловой репутации и взыскании нематериального (репутационного) вреда суд кассационной инстанции отмечает следующее.

В соответствии со статьей 23 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на защиту своей чести и доброго имени. Статьей 29 Конституции Российской Федерации каждому гарантируется свобода мысли и слова, а также свобода массовой информации.

Предусмотренное статьями 23 и 46 Конституции Российской Федерации право каждого на защиту своей чести и доброго имени, а также установленное статьей 152 ГК РФ право каждого на судебную защиту чести, достоинства и деловой репутации от распространенных не соответствующих

действительности порочащих сведений является необходимым ограничением свободы слова и массовой информации для случаев злоупотребления этими правами.

В соответствии с пунктами 1 и 7 статьи 152 ГК РФ гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, а юридическое лицо - сведений, порочащих его деловую репутацию.

Как следует из разъяснений, содержащихся в пункте 7 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» (далее – постановление Пленума № 3 от 24.02.2005), по делам данной категории необходимо иметь в виду, что обстоятельствами, имеющими в силу статьи 152 ГК РФ значение для дела, которые должны быть определены судьей при принятии искового заявления и подготовке дела к судебному разбирательству, а также в ходе судебного разбирательства, являются: факт распространения ответчиком сведений об истце, порочащий характер этих сведений и несоответствие их действительности. При отсутствии хотя бы одного из указанных обстоятельств иск не может быть удовлетворен судом.

Под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу.

Не соответствующими действительности сведениями являются утверждения о фактах или событиях, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения.

Порочащими, в частности, являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.

В соответствии с разъяснениями, содержащимися в пункте 9 постановления Пленума № 3 от 24.02.2005, в силу пункта 1 статьи 152 ГК РФ обязанность доказывать соответствие действительности распространенных сведений лежит на ответчике. Истец обязан доказать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлен иск, а также порочащий характер этих сведений.

В случае, когда вместе с требованием о защите чести и достоинства гражданина либо деловой репутации гражданина или юридического лица заявлено требование о возмещении убытков, причиненных распространением порочащих сведений, суд разрешает это требование в соответствии со статьей 15 и пунктами 5, 7 статьи 152 ГК Российской Федерации (пункт 16 постановления Пленума № 3 от 24.02.2005).

При удовлетворении иска суд в резолютивной части решения обязан указать способ опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений и при необходимости изложить текст такого опровержения, где должно быть указано, какие именно сведения являются не соответствующими действительности порочащими сведениями, когда и как они были распространены, а также определить срок (применительно к

установленному статьей 44 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»), в течение которого оно должно последовать (пункт 17 постановления Пленума № 3 от 24.02.2005).

Кроме того следует учитывать следующую позицию, изложенную в пункте 21 Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1 (2017), утвержденном Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 16.02.2017.

Вступление в силу с 01.10.2013 новой редакции статьи 152 ГК РФ, исключившей возможность компенсации морального вреда в случае умаления деловой репутации юридических лиц, не препятствует защите нарушенного права посредством заявления юридическим лицом требования о возмещении вреда, причиненного репутации юридического лица.

Данный вывод следует из определения Конституционного Суда Российской Федерации от 04.12.2003 № 508-О, в котором отмечено, что отсутствие прямого указания в законе на способ защиты деловой репутации юридических лиц не лишает их права предъявлять требования о компенсации убытков, в том числе нематериальных, причиненных умалением деловой репутации, или нематериального вреда, имеющего свое собственное содержание (отличное от содержания морального вреда, причиненного гражданину), которое вытекает из существа нарушенного нематериального права и характера последствий этого нарушения (пункт 2 статьи 150 ГК РФ). Данный вывод основан на положениях статьи 45 (часть 2) Конституции Российской Федерации, в соответствии с которыми каждый вправе защищать свои права и свободы всеми способами, не запрещенными законом.

Под вредом, причиненным деловой репутации, следует понимать всякое ее умаление, которое проявляется, в частности в наличии у юридического лица убытков, обусловленных распространением порочащих сведений и иных неблагоприятных последствиях в виде утраты юридическим лицом в глазах общественности и делового сообщества положительного

мнения о его деловых качествах, утраты конкурентоспособности, невозможности планирования деятельности и т.д.

Следовательно, юридическое лицо, чье право на деловую репутацию нарушено действиями по распространению сведений, порочащих такую репутацию, вправе требовать восстановления своего права при доказанности общих условий деликтной ответственности (наличия противоправного деяния со стороны ответчика, неблагоприятных последствий этих действий для истца, причинно-следственной связи между действиями ответчика и возникновением неблагоприятных последствий на стороне истца) (постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 17.07.2012 № 17528/11). Наличие вины ответчика презюмируется (пункт 2 статьи 1064 ГК РФ).

Факта распространения ответчиком сведений, порочащих деловую репутацию истца, недостаточно для вывода о причинении ущерба деловой репутации и для выплаты денежного возмещения в целях компенсации за необоснованное умаление деловой репутации. На истце, в силу требований статьи 65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, лежит обязанность доказать обстоятельства, на которые он ссылается как на основание своих требований, то есть подтвердить, во-первых, наличие сформированной репутации в той или иной сфере деловых отношений (промышленности, бизнесе, услугах, образовании и т.д.), во-вторых, наступление для него неблагоприятных последствий в результате распространения порочащих сведений, факт утраты доверия к его репутации или ее снижение.

Суд кассационной инстанции обращает внимание на то, что выводы суда первой инстанции в части удовлетворения требований о защите деловой репутации не основаны на приведенных нормах права и разъяснениях высших судебных инстанций.

В частности, суд не указал, какие доказательства, представленные в материалы дела, или доводы истца позволили ему сделать вывод о том, что

ответчиками были (1) распространены сведения, не соответствующие действительности, (2) порочащего характера в смысле вышеприведенных разъяснений Верховного Суда Российской Федерации.

Суд кассационной инстанции также отмечает, что, удовлетворяя требования о защите деловой репутации, суд первой инстанции в резолютивной части решения не указал способ опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений и текст такого опровержения.

Между тем в соответствии с частью 2 статьи 169 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в решении должны быть указаны мотивы его принятия, и оно должно быть изложено языком, понятным для лиц, участвующих в деле, и других лиц.

В соответствии с пунктом 2 части 4 статьи 170 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в мотивировочной части решения должны быть указаны доказательства, на которых основаны выводы суда об обстоятельствах дела и доводы в пользу принятого решения; мотивы, по которым суд отверг те или иные доказательства, принял или отклонил приведенные в обоснование своих требований и возражений доводы лиц, участвующих в деле.

Судом апелляционной инстанции данные нарушения не устранены. Доводы кассационной жалобы повторяют доводы апелляционной жалобы ответчиков. В нарушение требований пункта 12 части 2 статьи 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации суд апелляционной инстанции не дал оценку всем доводам апелляционной жалобы ответчиков и не отразил в постановлении от 13.11.2018, какие обстоятельства дела установлены арбитражным судом апелляционной инстанции; доказательства, на которых основаны выводы суда об этих обстоятельствах; законы и иные нормативные правовые акты, которыми руководствовался суд при принятии постановления; мотивы, по которым суд отклонил те или иные доказательства и не применил законы и иные

нормативные правовые акты, на которые ссылались лица, участвующие в деле.

Отклоняя довод апелляционной жалобы о том, что суд первой инстанции не привлек эксперта для сравнения изображений, суд апелляционной инстанции указал, что «для сравнения изображений ООО «Стайл-Ю» и изображений, расположенных на сайте [secretartprint.ru](http://secretartprint.ru), в специальных знаниях отсутствует необходимость, так как для сравнения достаточно лишь определить сходство двух изображений по цвету, размеру, форме, что правильно оценено судом первой инстанции».

Вместе с тем суд апелляционной инстанции не учел, что в данном случае иск заявлен о защите исключительных авторских прав. Авторскому праву неизвестны понятия «сходство» или «сходство до степени смешения», а способы использования произведения, являющегося объектом авторских прав, перечислены в статье 1270 ГК РФ.

Согласно частям 1 и 2 статьи 288 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации основаниями для изменения или отмены решения, постановления арбитражного суда первой и апелляционной инстанций являются несоответствие выводов суда, содержащихся в решении, постановлении, фактическим обстоятельствам дела, установленным арбитражным судом первой и апелляционной инстанций, и имеющимся в деле доказательствам, нарушение либо неправильное применение норм материального и процессуального права.

Учитывая несоответствие выводов судов, содержащихся в обжалуемых судебных актах, фактическим обстоятельствам дела, допущенные нарушения норм материального и процессуального права, обжалуемые судебные акты подлежат отмене. Принимая во внимание, что допущенные нарушения могут быть устранены только при повторном рассмотрении дела в суде первой инстанции, суд кассационной инстанции, отменяя состоявшиеся по делу судебные акты, считает необходимым направить дело на новое рассмотрение в суд первой инстанции.

При новом рассмотрении дела суду необходимо устранить указанные недостатки, установить и исследовать все существенные для правильного рассмотрения дела обстоятельства с учетом бремени доказывания по данной категории споров, и правильно применив нормы материального и процессуального права, принять законный и обоснованный судебный акт.

В силу абзаца второго части 3 статьи 289 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при отмене судебного акта с передачей дела на новое рассмотрение вопрос о распределении судебных расходов разрешается судом, вновь рассматривающим дело.

Руководствуясь статьями 286, 287, 288, 289 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд

**ПОСТАНОВИЛ:**

решение Арбитражного суда города Москвы от 22.08.2018 по делу № А40-256611/2017 и постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 13.11.2018 по тому же делу отменить.

Дело № А40-256611/2017 передать на новое рассмотрение в Арбитражный суд города Москвы.

Постановление может быть обжаловано в Судебную коллегию Верховного Суда Российской Федерации в порядке кассационного производства в срок, не превышающий двух месяцев со дня его принятия.

Председательствующий

Т.В. Васильева

Судьи

В.В. Голофаев

И.В. Лапшина