



Защита деловой репутации: case study, взгляд адвоката

Евгений Орешин, к.ю.н., советник практики разрешения споров

15 мая 2020 г.

«Он назвал тебя земляным червяком»



Основная нормативная база

- ГК РФ (ст. 152)
- Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016
- Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»

Защита деловой репутации: кто и что доказывает?

- 1) сведения должны носить порочащий характер** (доказывает истец)
- 2) сведения не должны являться оценочными суждениями / мнением** (возможная защита ответчика)
- 3) сведения должны быть распространены** (доказывает истец)
- 4) сведения должны не соответствовать действительности** (презюмируется, обратное доказывает ответчик)

1

Порочащий характер
сведений

Порочащий характер сведений: общий подход

Порочащими, **в частности**, являются **сведения, которые содержат утверждения о:**

- нарушении гражданином или юр. 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 деловую репутацию гражданина либо юридического лица

(п. 7 Постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 № 3)

Распространенные сведения порочат истца? (пример из судебной практики)



Распространенные сведения порочат истца? (пример из судебной практики)

ДА - АС г. Москвы (А40-66254/2016):

«Суд считает, что фраза **«Осторожно, ЯД!»** ... порочит деловую репутацию истца, поскольку создает у потенциальных партнеров, клиентов или заказчиков **ложное представление о том, что ... в продукции, маркированной товарным знаком истца, содержатся отравляющие вещества**, указанное утверждение формирует негативное общественное отношение к хозяйственной деятельности истца и наносит ему репутационный вред»

НЕТ - 9 ААС, АС Московского округа:

«... в контексте видеосюжета «МАГАЗЗИНО», реплика «Осторожно, ЯД!» относится не к свойствам товара, обусловленным процессом его производства, за что отвечает истец, как производитель товара, а к тем свойствам товара, которые приобретены товаром в результате ненадлежащих условий хранения в организации розничной торговли»»

Распространенные сведения порочат Истца? (пример из практики)



**ПАПА,
НЕ ПЕЙ!**

В России с каждым годом растет число детей-идиотов.

МАХИМ

Распространенные сведения порочат Истца? (пример из практики)



Распространенные сведения порочат Истца? (пример из практики)

НЕТ - АС Московского округа (Постановление от 27.02.2012 г.):

«...факт публикации оспоренного истцом изображения в разделе «Мы пошутили», посвященном карикатурному (в стиле агитационных плакатов СССР) изображению социальной рекламы, что прямо следует из ... аннотации к рубрике ... под заголовком «Долой лозунги». При этом в оспоренном истцом изображении не имеется никаких указаний на ОАО «ОМК»

Защита деловой репутации: а что думает суд? (Facebook, дело А33-12895/2018)

«...была размещена информация о молоке бренда "Тема" о том, что: «...молочный жир, который бы светился желтым цветом, в данной пробе отсутствовал...», «...**В молоке "Тема" люминоскоп показал отсутствие молочного жира...**», «...**Там нет молока...**»

«...ответчиком указано, что «**Врач детской инфекционной больницы сообщил, что имеют место случаи отравлений продукцией «Темы»**»



Защита деловой репутации: а что думает суд? (Facebook, дело А33-12895/2018)

ДА, НАРУШЕНИЕ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

«из проведенного ответчиком исследования невозможно достоверно определить происхождение товара, место хранения товара, температурный режим, каким образом произведен отбор проб, в каком количестве и ассортименте.

...выводы о качестве молока формируют у потребителя негативное отношение к товару»

Порочащие сведения и видеоряд



Порочащие сведения и видеоряд

- **ВИДЕОРЯД УЧИТЫВАЕТСЯ** – апелляционный суд (А40-154728/16):
 - «Оценку качества продуктов осуществляет ... мужчина, в профессиональной спецодежде, представленный диктором как греческий шеф-кондитер Одиссей Димитриадис. **Данный образ использован для формирования у зрителей доверия к оценке качества** дегустируемых йогуртов, сделанной в фильме, как к оценке специалиста, профессионально разбирающегося в этом вопросе»;
 - «Негативная текстовая информация о качестве греческого йогурта марки "Лактика" подкрепляется в фильме **неприятным звуковым сигналом и отрицательными жестами проводящего дегустацию "шефа-кондитера"**, усиливающими для зрителя факт негативной оценки компетентным специалистом качества греческого йогурта "Лактика».

Порочащие сведения и общий контекст

- «... распространенная информация может быть доведена до сведения третьих лиц **различными способами (образно, иносказательно, оскорбительно и т.д.)...»**
(Обзор ВС РФ по защите деловой репутации (16.03.2016))
- «Суд посчитал, что **общий контекст статьи, характер ее изложения и смысловая нагрузка** позволяют определить спорную информацию как **порочащую...»**
(Решение АС г. Москвы от 23.09.15 г. № А40-41652/15, оставлено без изменения ВС РФ)
- «[сведения] **создают в обществе впечатление**, что руководство ПАО «НК «Роснефть» вопреки интересам государства и инвесторов, преследуя исключительно свои интересы ...»
(Постановление 9 ААС от 13.03.17 № А40-97503/2016)

2

Оценочные суждения

Сведения не должны являться оценочными суждениями: общий подход

п. 9 Постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 о защите деловой репутации:

«...судам следует различать имеющие место **утверждения о фактах**, соответствие действительности которых **можно проверить**, и **оценочные суждения**, мнения, убеждения, которые не являются предметом судебной защиты в порядке ст. 152 ГК РФ, поскольку, являясь выражением субъективного мнения и взглядов ответчика, **не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности**»

Защита деловой репутации: а что думает суд? (Facebook, дело А40-160657/17)

«Я думаю, что лучше описание и не придумать. Отличная и очень "актуально звучащая" характеристика **для заgrimированного трупа с напомаженными губами в погребальных тапочках. На который тратят и будут тратить миллиарды из государственного бюджета под видом "спасения, поддержки, помощи, восстановления" и так далее. И абсолютно все это уйдет в карманы, ни один завод не вернут к жизни...»**



Защита деловой репутации: а что думает суд? (Facebook, дело А40-160657/17)

НЕТ, НАРУШЕНИЯ НЕТ

«то обстоятельство, что субъективное мнение может носить критический характер, само по себе не свидетельствует о распространении его автором порочащих сведений в смысле ст. 152 ГК РФ»

Защита деловой репутации: а что думает суд? (Вконтакте, дело А28-7018/2017)

«Олис-Дент - самая плохая стоматология»

«У моих близких 3 года назад они сделали зубы отвратительно, что в Кирове в ужасе стоматолог: корни треснуты, каналы после удаления нервов недозаполнены. В общем, это худшая и дорогая клиника, где вас разводят на деньги и не дают никаких гарантий»



Защита деловой репутации: а что думает суд? (Вконтакте, дело А28-7018/2017)

НЕТ, НАРУШЕНИЯ НЕТ

«стилистика и манера изложения оспариваемой информации являются лишь формой выражения мнения ответчика. Оспариваемые фразы ответчика носят оценочный характер и выражают критическое субъективное мнение ответчика о деятельности истца»

Оценочные суждения – свобода слова

Журналист имеет право излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах (п. 9 ст. 47 Закона о СМИ)

- **«негодяй»** (Апелляционное определение Московского городского суда от 08.10.2015 по делу N 33-30162/2015)
- **«эти матчи договорные, я (У.) думаю, они просто-напросто проплачены»**
(Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 10.05.2007, 17.05.2007 N 09АП-5432/2007-ГК по делу N А40-76641/06-67-555)

Оценочные суждения - оскорбления

- п. 9 Постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 № 3 о защите чести и достоинства:

«Если субъективное мнение было высказано в оскорбительной форме, унижающей честь, достоинство или деловую репутацию истца, на ответчика может быть возложена обязанность компенсации морального вреда, причиненного истцу оскорблением»

- Определение ВС РФ от 16.12.2016 № 309-ЭС16-10730:

«Информация, указывающая на противоправный характер поведения субъекта, носит оскорбительный характер, следовательно, **даже при условии ее изложения как субъективного мнения автора, может быть основанием для заявления требования о защите деловой репутации**»

Защита деловой репутации: а что думает суд? (Вконтакте, дело А56-50960/2017)

«Мы не будем мириться с тем, что работа с партнерами, издательствами, а также лояльность косплееров и наших гостей, выстраиваемая годами, значительно портится, а в некоторых случаях и вовсе подрывается по вине мошенников, стремящихся обогатиться за счет громкого имени и созданного нами формата, и сделаем все, чтобы это прекратить. Давайте признаем: организаторы петербургского "КомикКона" - это группа аферистов, которая обманывает людей...»



Защита деловой репутации: а что думает суд? (Вконтакте, дело А56-50960/2017)

ОСКОРБИТЕЛЬНО

«указанный фрагмент содержит информацию в отношении общества, которая носит оскорбительный характер, и истец вправе требовать ее опровержения даже при условии изложения указанной информации в форме мнения (суждения) автора»

3

Распространение сведений

Распространение сведений

Распространение – опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других СМИ, 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.

Сообщение таких сведений лицу, которого они касаются, не может признаваться их распространением, если были приняты достаточные меры конфиденциальности, с тем, чтобы они не стали известными третьим лицам

(Постановление Пленума ВС РФ от 24.02.2005 №3)

Распространение сведений

Факт распространения сведений может быть подтвержден любыми доказательствами, отвечающими требованиям относимости и допустимости, в том числе:

- Видеозапись на компакт-диске,
- Показания свидетеля,
- Справка лица, осуществляющего услуги по мониторингу СМИ,
- Обеспечение доказательств нотариусом
(п. 3 Обзора Президиума ВС РФ от 16.03.2016)

Защита деловой репутации: а что думает суд? (Instagram, дело А40-201893/2017)

«Бывший финансовый директор **Алан Дзарданов** создал на базе ЗАО Капитал Инвест небольшую финансовую прачечную, но после его ухода Лембик Сергей и Киров Тимур создают мощную рейдерскую компанию по Москве и Московской области, а также на её базе делают крупнейшую в стране прачечную по отмыванию, обналичиванию и выводу денег из страны»



НЕТ – «...ответчик пояснил, что оспариваемые сообщения в социальной «Фейсбук» и «Инстаграм» он не размещал, сведениями о лице, разместившем оспариваемые сведения не располагает, ни администратором, ни владельцем спорных аккаунтов в соц. сетях не является.

Каких-либо доказательств обратного истцом в материалы дела не представлено»

4

Сведения не
соответствуют
действительности

Сведения не соответствуют действительности

- ответчик **должен доказать**, что сведения **в целом** соответствуют действительности;
- **не требуется** доказывать соответствие действительности **каждого отдельно взятого слова** в высказывании;
- **Например:**
 - **правда:** большое количество долгов у общества;
 - **неправда:** наличие долгов перед бюджетами 4 млн.;
 - **вывод суда – нарушения нет:** информация о наличии больших долгов является ключевой

(п. 7 Обзора Президиума ВС РФ от 16.03.2016 г.)

Сведения не соответствуют действительности (пример)

Статья «Лишили крыльев: В Уфе авиакомпании «Победа» не дали возможности разлучать семьи в полете»:

- «...в компании берут деньги... за провоз дополнительного багажа, причём «дополнительным» может оказаться... дамская сумочка и многое другое»;
- «...низкобюджетный перевозчик» предпочитает **наживаться на выборе мест в самолёте**»;
- «...каждый пассажир обязан платить за возможность сидеть **рядом... с... детьми...**»;
- «...далеко **не самые низкие цены** по сравнению с перевозчиками, **не позиционирующими** себя как низкобюджетные».

Позиция суда – **нарушения нет** (№ А40-15832/17):

«...информация соответствует действительности, а опровергающие доказательства ... отсутствуют».

Сведения не соответствуют действительности (пример)

Статья «Квест Победа». Игра для людей с крепкой нервной системой, приключение для группы до 186 человек»:

- «Вы будете постоянно сталкиваться с **нарушением ваших прав...**»;
 - «Вы **обязаны платить за все**, что может показаться организаторам квеста багажом»;
 - «...дамской сумкой считается только предмет с одной ручкой, если у вашей **сумки две ручки - она рюкзак**»;
 - «Вы **не можете рассчитывать на прибытие в пункт назначения в то время**, которое указано в вашем билете»;
- «Вы **не можете рассчитывать на вежливое обращение**»
 - «Вы еще никуда не вылетели, но уже всех ненавидите. Привыкайте, это чувство будет сопровождать вас на протяжении всего квеста, наравне с **ощущением абсурдности происходящего и легким унижением**»

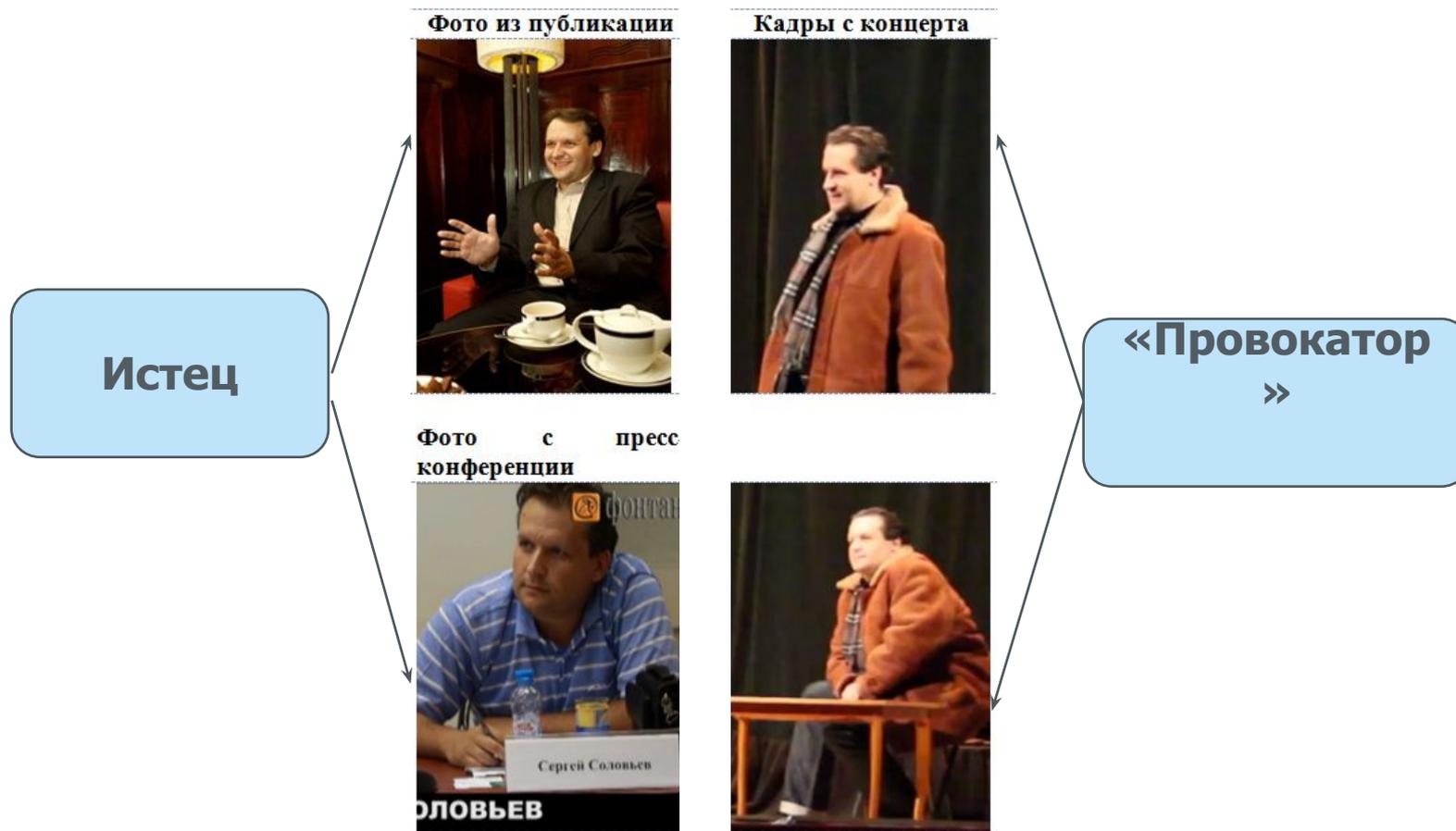
Иск удовлетворен частично (№ А40-235832/16)

Дело о недостоверности положительной информации



Дело о недостоверности положительной информации

Истец утверждал, что стал жертвой информационной провокации, устроенной третьими лицами, однако из записи провокации видно, что **истец = провокатор**



5

Способы защиты

Перечень способов защиты

- 1) Требовать опровержения
- 2) Удаление информации
- 3) Если установить распространителя невозможно –
заявление в суд о признании распространенных
сведений не соответствующими
действительности
- 4) Убытки
- 5) Моральный вред и репутационный вред

Иск к администратору сайта, когда нельзя установить пользователей

- **Можно предъявить иск к администратору сайта об удалении сообщений пользователей сайта**

Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом ВС РФ 16.03.2016 (п. 16): «Возложение на лицо, которое имеет техническую возможность ... удалять сведения, признанные судом не соответствующими действительности, представляет собой не меру ответственности за виновное правонарушение, а законный способ защиты права, что предполагает возможность обращения потерпевшего в суд за защитой нарушенного права в случае, если администратор сайта отказывается выполнить эту обязанность в добровольном порядке».

- **НО! Требования должны быть об удалении, а не:**

«об обязанности ответчика [ВКонтакте] путем воздействия на администратора группы "Звенигород" ..., как на непосредственного распространителя порочащих сведений, опровергнуть порочащие деловую репутацию истца недостоверные сведения об истце...» (дело № А56-34324/2016)

Блокировка сайта с порочащими сведениями

С **2019** года блокировка возможна по решению **пристава-исполнителя**, если судом установлен вред деловой репутации, чести и достоинства



Как взыскать больше? Убытки

Обзор ВС РФ по спорам о защите деловой репутации (16.03.2016) (п. 19) - существенно облегчено доказывание убытков: **убытки могут быть определены как разница между прибылью истца до распространения порочащих сведений о нем и после**

«... стороны по делу являются конкурентами на рынке производителей и продавцов продукции в сходном сегменте, распространенные ответчиком сведения порочили деловую репутацию истца и после их распространения несколько постоянных контрагентов фирмы отказались от заключения с ней новых договоров.

В подтверждение обоснованности размера неполученного дохода фирмой представлены годовой бухгалтерский баланс и документы, свидетельствующие о снижении валовой прибыли за соответствующий период после распространения указанных сведений, а также информация о выручке, возможной при обычных условиях оборота, в том числе данные о прибыли фирмы за аналогичный период времени до распространения порочащих сведений».

Как взыскать больше? Репутационный вред?

- **Альфа-Банк vs. Коммерсант, 2004 г. (КГ-А40/1052-05): 300 млн. рублей в первой инстанции (30 млн. в кассации)**

«При применении данного способа защиты деловой репутации истца арбитражный суд исходил из значения, которое имеет для истца опубликование вышеназванных сведений в средствах массовой информации, реакция вкладчиков после прочтения газеты, печатающейся в 18 городах Российской Федерации, следствием которой стал отток вкладов более чем на 6 млрд. руб., что представляет материальное выражение утраты доверия со стороны клиентов Банка».

- **Что сейчас?**

До 2013 года в ГК РФ не было выделенной фразы: «11. Правила настоящей статьи о защите деловой репутации гражданина, **за исключением положений о компенсации морального вреда**, соответственно применяются к защите деловой репутации юридического лица».

- **Суды часто отказывают, e.g. - 9 АСС (А40-253325/15), 2016 г:** «гражданское законодательство Российской Федерации не предусматривает такой способ защиты права, как предъявление требований о возмещении нематериального (в том числе репутационного) вреда».

Позиция ВС РФ: взыскивать репутационный вред можно

Определение ВС РФ от 18.11.2016 № А56-58502/2015

«По мнению Судебной коллегии Верховного Суда Российской Федерации, вступление в силу с 01.10.2013 новой редакции статьи 152 Гражданского кодекса, 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 КС РФ от 04.12.2003 N 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 Гражданского кодекса). 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».

Репутационный вред: Роснефть v РБК

- Роснефть требовала **3,17 млрд.** рублей;
- Первая инстанция – **390 000 рублей**;
- апелляция – **отказать полностью** (9 ААС от 13.03.2017 № А40-97503/2016):

«...для подтверждения наступления неблагоприятных последствий в виде нематериального вреда деловой репутации истца необходимо установить **факт сформированной деловой репутации истца**, а также **факт утраты доверия к его репутации**, следствием чего может быть сокращение числа клиентов и утрата конкурентоспособности. ... Таких доказательств истцом не представлено ...»

8

Иные вопросы.
Процессуальные
аспекты

Ответчики

- 1) авторы не соответствующих действительности порочащих сведений
- 2) лица, распространившие эти сведения.
- 3) если оспариваемые сведения были распространены в средствах массовой информации, то надлежащими ответчиками являются автор и редакция соответствующего средства массовой информации.
- 4) если эти сведения были распространены в средстве массовой информации с указанием лица, являющегося их источником, то это лицо также является надлежащим ответчиком.

Компетенция судов

Статья 27 АПК РФ. Споры, относящиеся к компетенции арбитражных судов

6. Независимо от того, являются ли участниками правоотношений, из которых возникли спор или требование, юридические лица, индивидуальные предприниматели или иные организации и граждане, арбитражные суды рассматривают дела:

7) о защите деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности

Недостоверная информация, которая не порочит репутацию

- 1) это также незаконно;
- 2) не применяются правила о компенсации морального вреда;
- 3) истец должен доказывать недостоверность;

Особенности ответственности СМИ

СМИ не несет ответственности за размещение сведений, которые:

- 1) содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб госорганов или компаний;
- 2) являются дословным воспроизведением официальных выступлений должностных лиц госорганов и организаций;
- 3) содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи;
- 4) являются дословным воспроизведением сообщений и материалов, распространенных другим СМИ, которое может быть установлено и привлечено к ответственности

Эффект Стрейзанд

- Барбара Стрейзанд обратилась в суд о незаконности размещения фотографом на сайте фотографии ее дома (она была доступна среди более 12 200 других фотографий побережья)
- до иска фотография была скачана: **4 раза**
- в течение месяца после иска: **420 000 раз**



**Иногда
помогает
креатив**

Стажировки в ВСЛР

Сведения о докладчике



Евгений Орешин

**Советник, Практика
разрешения споров**

Адвокат, кандидат
юридических наук