

Статья 1253.1. ГК Российской Федерации , вводящая в его текст фигуру информационного посредника, делает изъятие из указанного регулирования. Согласно ее пункту 1 информационный посредник - лицо, осуществляющее передачу материала в информационно-телекоммуникационной сети, лицо, предоставляющее возможность размещени

В судебной практике еще до этой новеллы были сформированы позиции относительно ответственности лиц, оказывающих услуги по оптимизации доступа к информации и обмена ею электронными способами, включая хостинг-провайдеров и владельцев файлообменных интернет-ресурсов. В частности, судам предписывалось исследовать, среди прочего, степень вовлечения провайдера в процесс передачи, хранения и обработки информации, наличие у него возможности контролировать и изменять ее содержание. Предполагалось, что исполнитель (провайдер, услугодатель) не несет ответственности за передаваемую информацию, если он не инициирует ее передачу, не выбирает ее получателя, не влияет на ее целостность и принимает превентивные меры по предотвращению использования объектов исключительных прав без согласия правообладателя (постановления Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 23 декабря 2008 года № 10962/08, от 1 ноября 2011 года № 6672/11 и др.).

Данная позиция в определенной степени развивала сложившиеся в судебной практике взгляды на применение мер ответственности за нарушение интеллектуальных прав к лицам, осуществляющим техническое содействие непосредственным нарушителям. В частности, как следует из пункта 13 ранее действовавшего постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 19 июня 2006 года № 15 "О вопросах, возникших у судов при рассмотрении гражданских дел, связанных с применением законодательства об авторском праве и смежных правах", типография, напечатавшая тираж книги, заказанный издательством, не несет ответственности в случае нарушения исключительного права автора произведения, поскольку она осуществляет только техническое содействие при издании книги.

Законодательные нововведения нормативно определили в статье 1253 1 ГК Российской Федерации особенности ответственности лица, чья деятельность состоит в транзитной передаче информации, которую сторонний по отношению к этому лицу пользователь желает разместить в Интернете, и в обеспечении доступа к такой информации, за нарушение интеллектуальных прав. При этом законодатель не ограничил круг информационных посредников каким-либо исчерпывающим перечнем, определяя лиц, которые могут быть признаны таковыми, через выполняемые ими функции в отношении соответствующей информации.

Пленум Верховного Суда Российской Федерации в пункте 77 постановления от 23 апреля 2019 года № 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" также ориентирует суды на необходимость исследовать характер деятельности лица, претендующего на статус информационного посредника: если оно осуществляет деятельность, которая указана в статье 1253 1 ГК Российской Федерации , то оно признается информационным посредником в части осуществления данной деятельности. В силу же пункта 18 Обзора судебной практики рассмотрения гражданских дел, связанных с нарушением авторских и смежных прав в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (утвержден Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 29 мая 2024 года), владельцы интернет-сайтов, осуществляющие функции онлайн-

сервисов в сфере коммуникации и оказания услуг (например, социальных сетей, торговых площадок), которые не только предоставляют третьим лицам возможность размещения информации об экземплярах произведений, материальных носителях, но и сами совершают сделки по продаже указанных экземпляров и носителей или рекламируют их и (или) получают доход непосредственно от неправомерного использования результатов интеллектуальной деятельности, информационными посредниками не являются. Аналогичный вывод применительно к владельцу интернет-сайта, который предоставляет пользователям возможность размещения материала, содержащего объекты авторских и (или) смежных прав, и получает доход от использования неправомерно размещенного материала, содержится и в пункте 19 Обзора.

Приведенные примеры конкретизации критериев, позволяющих квалифицировать владельца интернет-ресурса как информационного посредника, соответствуют общей идее статьи 1253 1 ГК Российской Федерации, которая устанавливает виновную ответственность лиц, хотя и содействующих нарушителю (посредством осуществления перечисленной в ее пункте 1 деятельности), но напрямую в совершение правонарушения не вовлеченных.

4.2. В практике работы маркетплейсов наряду с предоставлением электронной площадки для размещения предложений о продаже товаров распространено оказание и других услуг. Это хранение и реклама товаров, обеспечение доставки и выдачи товаров, приобретенных покупателями, прием платежей и их перечисление (за вычетом своего вознаграждения) продавцам и т.д. Дополнительные услуги могут оказываться, например, через "пункты приема и выдачи заказов" как самим владельцем маркетплейса, так и по договору, заключенному в его интересах с иными лицами. В определенной степени владелец маркетплейса аккумулирует функции по сопровождению реализации чужого товара, которые в другой ситуации продавец должен был бы осуществлять самостоятельно либо с привлечением иных лиц (перевозчика или организации связи для доставки товара, владельцев складских помещений и т.д.). Взятое в отдельности, содействие таких лиц продавцу, реализующему товары с нарушением интеллектуальных прав, самостоятельного нарушения, по общему правилу, не образует.

Ни закон, ни практика его применения не исключают осуществления лицом, претендующим на признание информационным посредником, иной деятельности помимо указанной в пункте 1 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации. Так, согласно пункту 77 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" в случае, если лицо осуществляет одновременно различные виды деятельности, то вопрос о его отнесении к информационному посреднику должен решаться применительно к каждому виду деятельности. В практике нижестоящих судов, включая Суд по интеллектуальным правам, имеются, впрочем, и примеры противоположных решений относительно квалификации владельцев маркетплейсов в качестве информационных посредников, в том числе применительно к одним и тем же маркетплейсам. Однако это - с учетом наличия приведенного разъяснения Пленума Верховного Суда Российской Федерации - не говорит о неопределенности регулирования, а лишь подтверждает тезис о том, что решение данного вопроса требует оценки обстоятельств каждого дела и их соотношения с закрепленными в норме условиями. Универсальным же образом решить вопрос о том, является ли любой владелец маркетплейса информационным посредником, крайне затруднительно с учетом того, что в законе отсутствует исчерпывающий перечень оказываемых им услуг.

По общим правилам, предусмотренным Гражданским кодексом Российской Федерации, и с учетом судебной практики производится оценка того, образуют ли самостоятельное нарушение интеллектуальных прав действия владельца маркетплейса или иных лиц по договору с ним, не относящиеся к информационному посредничеству (хранение и перевозка товаров, реклама, организация приема платежей и т.д.). Одни и те же по своему содержанию действия в разных обстоятельствах могут оцениваться по-разному. Например, организация владельцем маркетплейса рекламы конкретного товара, в котором незаконно использовано изображение, образует

самостоятельное нарушение. В ситуации же, когда такой товар наряду с другими в результате работы алгоритма автоматически попадает в приоритет поисковой выдачи или становится участником акции в связи с его соответствием обезличенным критериям, освобождение владельца маркетплейса от ответственности не исключается. При этом, даже если отдельные действия владельца маркетплейса сами по себе не образуют самостоятельного нарушения, их совокупность, свидетельствующая о его вовлеченности в процесс нарушения интеллектуальных прав продавцом, может в силу пункта 6 1 статьи 1252 данного Кодекса стать основанием для солидарной ответственности владельца маркетплейса и продавца, реализующего товары на этой площадке с нарушением интеллектуальных прав.

Соответственно, сопутствующая деятельность, выходящая за пределы поименованного в пункте 1 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации перечня, сама по себе не ведет к дисквалификации статуса информационного посредника. Вопрос же об основаниях, порядке и условиях привлечения владельца маркетплейса к ответственности в связи с осуществлением действий, не относящихся к посредническим, выходит за пределы оспариваемых в настоящем деле норм.

4.3. Принципиальный отказ от признания владельцев маркетплейсов информационными посредниками нарушал бы баланс частных и публичных интересов. Помимо того что установление особенностей ответственности информационных посредников учитывает характер их деятельности, оно также призвано справедливо распределить правовые риски между всеми участниками соответствующих отношений с учетом не только юридических, но и фактических их возможностей оказывать влияние на динамику удовлетворения затрагиваемых интересов.

В отсутствие статьи 1253 1 ГК Российской Федерации ответственность за нарушение интеллектуальных прав возлагалась бы (как следует из пункта 3 статьи 1250 данного Кодекса) на владельца маркетплейса по умолчанию в силу самого факта размещения на его сайте контента, нарушающего права третьих лиц. Владелец же маркетплейса как лицо, в большинстве случаев совершившее это нарушение невиновно, мог бы, ссылаясь на пункт 4 статьи 1250 данного Кодекса, взыскать выплаченные правообладателю суммы с продавца, непосредственно нарушившего интеллектуальные права. Потому вопрос об ответственности владельца маркетплейса - это еще и вопрос о распределении риска неплатежеспособности фактического нарушителя интеллектуальных прав. Безусловное возложение такого риска на владельцев маркетплейсов вынудило бы их предварительно проверять каждый товар, а также информацию, размещаемую пользователями на этой платформе (включая изображения, описания товаров и т.д.).

Нельзя сказать, что такое решение принципиально нереализуемо. Частью 2 статьи 7 Федерального закона "Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации", вступающего в силу с 1 октября 2026 года, на оператора цифровой платформы возложена обязанность осуществлять проверку информации, содержащейся в размещаемой на посреднической цифровой платформе карточке товара, и не допускать размещения карточки товара, содержащей определенную информацию, указанную в этой норме. Вместе с тем значительная часть информации, подлежащей такой проверке, содержится в государственных информационных системах (реестрах) (часть 4 статьи 7 того же Федерального закона) и ее самостоятельный сбор не предполагается.

Проверка же товаров и карточек, посредством которых информация о товарах размещается на цифровой платформе, на предмет отсутствия нарушений интеллектуальных прав потребовала бы в каждом случае тщательного изучения доказательств правомерности использования тех или иных объектов, притом что иногда наличие самого охраняемого объекта неочевидно. Кроме того, такая проверка позволила бы пресечь только явные нарушения, когда продавец использует объект в принципе без согласия правообладателя. Выявить нарушение в более сложных случаях (например, когда оно допущено при неисполнении условий лицензионного договора) зачастую затруднительно и несоизмеримо затратно.

В такой ситуации - притом что часть нарушителей может оказаться неспособной компенсировать

расходы, понесенные владельцем маркетплейса на удовлетворение требований правообладателя, - соответствующие риски были бы заложены владельцем маркетплейса в стоимость своих услуг. Это существенным образом затормозило бы деятельность маркетплейсов и в итоге отразилось бы на конечной стоимости товаров для потребителей. Иными словами, максимальное гарантирование интересов правообладателя было бы достигнуто за счет дополнительных издержек широкого круга лиц.

Принятый же в действующем законодательстве подход согласуется с тем, который применяется к другим случаям ответственности владельцев цифровых платформ. В частности, согласно пункту 2 1 статьи 12 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" владелец агрегатора не несет ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему недостоверной или неполной информации о товаре (услуге), если владелец агрегатора не изменяет информацию о товаре (услуге), предоставленную продавцом (исполнителем) и содержащуюся в предложении о заключении договора купли-продажи (возмездного оказания услуг). Подобное распределение рисков не лишает правообладателя всех тех мер защиты его прав - как частно-, так и публично-правовых, которые он мог бы использовать в отношении фактического нарушителя, включая привлечение такового к гражданско-правовой, административной или уголовной ответственности.

Кроме того, как было отмечено, статус информационного посредника служит характеристикой не субъекта или группы субъектов (владельцев маркетплейсов, социальных сетей и т.д.), а деятельности, которую они ведут. В связи с этим презюмируется, что владелец сайта непосредственно использует результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации; бремя доказывания того, что материал, включающий эти результаты или средства, размещен на сайте третьими лицами, а не владельцем сайта и, соответственно, он является информационным посредником, лежит на владельце сайта (пункт 78 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации").

5. Вместе с тем даже признание лица, исходя из характера его деятельности, информационным посредником при отсутствии его вины само по себе не является абсолютным основанием для освобождения от ответственности за нарушение интеллектуальных прав. В силу пункта 3 статьи 1253 1 данного Кодекса для этого требуется одновременное выполнение ряда условий: в частности, это лицо не несет ответственности, если оно не знало и не должно было знать о том, что использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, содержащихся в материале, размещенном в информационно-телекоммуникационной сети, является неправомерным (подпункт 1). При этом значение имеет не только отсутствие сведений о неправомерности использования ("не знало"), но и извинительное незнание об этом ("не должно было знать").

С учетом значительных объемов товаров, которые реализуются на маркетплейсах, в особенности крупных, их владельцы в своей договорной практике используют институт заверений об обстоятельствах (статья 431 2 ГК Российской Федерации) (что следует и из дела с участием ООО "Мир Хобби"), Заверение продавца товаров о том, что реализуемые им товары не нарушают интеллектуальных прав третьих лиц, позволяет презюмировать, что владелец маркетплейса не знал о неправомерности использования соответствующих объектов продавцом. Способом опровержения этого заверения в целях констатации осведомленности владельца маркетплейса о том, что деятельность его контрагента нарушает интеллектуальные права третьего лица, может служить заявление (претензия) правообладателя, чьи права были нарушены.

Знание о неправомерности использования результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации не может вменяться владельцу маркетплейса лишь на том основании, что им не осуществляется предварительная проверка товаров (интернет-страниц, посредством которых они

реализуются) на предмет нарушения интеллектуальных прав либо инициативный мониторинг с целью выявления таких нарушений. Иное противоречило бы избранной законодателем модели регулирования, описанной ранее, а также лишало бы смысла установление особенностей ответственности информационных посредников, сближая их с владельцами интернет-ресурсов, где материалы публикуются непосредственно владельцем ресурса или подконтрольными ему лицами. Этот же вывод следует и из подпункта 2 пункта 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации, согласно которому поводом к принятию информационным посредником мер, направленных на прекращение нарушения, служит письменное заявление правообладателя о нарушении интеллектуальных прав. Вывод о том, что владелец маркетплейса должен был знать о неправомерности использования результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, содержащихся в размещенном на этом маркетплейсе материале, может быть сделан, например, когда продавец допускает неоднократные нарушения интеллектуальных прав на одни и те же объекты с использованием этого маркетплейса. В частности, если владелец маркетплейса ранее - по заявлению правообладателя или на основании решения суда по делу, участником которого он являлся, - принимал меры по пресечению нарушений интеллектуальных прав в отношении продавца, то при повторном нарушении этим продавцом интеллектуальных прав на те же объекты он не может сослаться на отсутствие у него сведений о неправомерности соответствующего использования. В противном случае продавец получал бы возможность каждый раз после пресечения нарушения на маркетплейсе его владельцем возобновлять незаконную деятельность, нарушающую права правообладателя.

Такое понимание не противоречит сказанному выше о невозможности возлагать на владельцев маркетплейсов обязанность самостоятельно выявлять нарушения, допущенные на их интернет-ресурсах. Приведенное толкование требования "не должен был знать" позволяет подчинить деятельность владельцев маркетплейсов повышенному стандарту осмотрительности при взаимодействии с контрагентами, которые уже допустили нарушение при работе на данной электронной площадке, тем самым опорочив свою добросовестность в вопросе соблюдения ими интеллектуальных прав. В целях же снижения риска быть привлеченными к ответственности владельцы маркетплейсов могут использовать различные договорные механизмы (вплоть до полной блокировки деятельности такого продавца на соответствующей площадке).

5.1. Владелец маркетплейса не может не осознавать, что его деятельность имеет широкое публичное значение и влияет на интересы большого числа участников оборота. В связи с этим необходимость обеспечения сбалансированности прав и обязанностей, вытекающая из статей 17 (часть 3), 55 (часть 3) и 75 1 Конституции Российской Федерации, а также обращенное к субъектам предпринимательской деятельности требование о добросовестном отношении к лицам, которых эта деятельность затрагивает, обязывают владельцев маркетплейсов предпринимать и превентивные меры по пресечению нарушений прав третьих лиц. Такие меры, с одной стороны, должны позволять эффективно пресекать возможные нарушения, а с другой - не должны быть излишне обременительными для владельца маркетплейса как с финансовой, так и с организационной точек зрения.

Устоявшейся практикой (стандартом) работы владельцев маркетплейсов, являющихся профессиональными организаторами продаж, должно стать развитие соответствующей электронной площадки (повышение ее удобства для продавцов и покупателей, расширение ассортимента и доступности товаров и т.д.) при небезразличном отношении к соблюдению интеллектуальных прав. В конечном итоге снижение количества поддельных товаров, которые зачастую значительно уступают по качеству оригинальным, способствует росту доверия покупателей к маркетплейсу, что отвечает интересам его владельца. В этой связи на владельцах маркетплейсов лежит обязанность по принятию необходимых технических мер, направленных на выявление и пресечение явных нарушений интеллектуальных прав. О таких нарушениях, очевидных любому лицу, действующему с

разумной степенью осмотрительности, могут свидетельствовать, в частности, намного более низкая цена, не характерная для товаров данной категории, подражание широко известным брендам (например, использование обозначения, которое отличается от общеизвестного товарного знака на одну букву) и т.д.

С учетом перечисленных обстоятельств суд может прийти к выводу о том, что владелец маркетплейса должен был знать о продаже товара с нарушением интеллектуальных прав, даже когда продавцом были даны заверения об отсутствии таких нарушений. Разрешая этот вопрос, суд может принять во внимание, какие меры предприняты владельцем маркетплейса для выявления и пресечения нарушений, имел ли владелец маркетплейса, в том числе с учетом практики работы аналогичных площадок, возможность, затратив разумные усилия, обеспечить обнаружение нарушений и т.д. В любом случае презюмируется, что чем более очевидным является нарушение, тем менее сложные и затратные меры владельцу маркетплейса необходимо предпринять для их выявления и пресечения.

5.2. Еще одним условием освобождения информационного посредника от ответственности за нарушение интеллектуальных прав является своевременное принятие им необходимых и достаточных мер для прекращения этого нарушения. Основанием для такой реакции выступает получение в письменной форме заявления (претензии) правообладателя о нарушении интеллектуальных прав с указанием страницы сайта и (или) сетевого адреса в Интернете, на которых размещен такой материал.

Как показывают сведения, полученные Конституционным Судом Российской Федерации в связи с рассмотрением настоящего дела, владельцами некоторых маркетплейсов, в частности крупнейших, определен порядок взаимодействия с правообладателями, желающими подать претензию на нарушение своих интеллектуальных прав: разработаны специальные интерфейсы, приведены перечни документов, необходимых для подтверждения прав подателя претензии, и т.д. Такие меры существенно упрощают коммуникацию участников данных отношений, однако их наличие не лишает правообладателей возможности обращаться с требованиями и в ином порядке, предусмотренном законом.

Из подпункта 2 пункта 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации следует, что указанное обращение должно исходить от правообладателя и содержать утверждение о нарушении его прав на конкретных страницах сайта, принадлежащего информационному посреднику. При этом данная норма не регламентирует вопрос о том, обязан ли информационный посредник проверять обоснованность претензии с точки зрения наличия у ее подателя прав на соответствующий объект интеллектуальных прав и на предмет отсутствия у продавца оснований для легального использования этого объекта.

Регулирование порядка рассмотрения владельцем интернет-сайта заявления правообладателя о нарушении авторских и (или) смежных прав содержится в статье 15 7 Федерального закона от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Пункты 4 и 5 ее части 2 предусматривают, что заявление должно содержать указание на наличие у правообладателя прав на соответствующий объект, размещенный на сайте, и на отсутствие разрешения правообладателя на такое размещение. По буквальному прочтению данной статьи правообладатель не обязан подтверждать, а владелец интернет-сайта - проверять обоснованность заявления. Такой подход позволяет добиться максимальной оперативности в устранении нарушений, но в контексте деятельности владельцев маркетплейсов отсутствие хотя бы минимальной проверки наличия у подателя претензии права осуществлять защиту интеллектуальных прав может повлечь - вопреки требованию статьи 17 (часть 3) Конституции Российской Федерации о недопустимости нарушения прав и свобод в результате осуществления прав и свобод другими лицами - использование данного инструмента для недобросовестной конкуренции.

Необходимость проверки обоснованности заявления вытекает и из части 7 статьи 15 7 Федерального

закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации", в силу которой при наличии у владельца интернет-сайта доказательств, подтверждающих правомерность размещения там информации, содержащей объект авторских и (или) смежных прав, или информации, необходимой для его получения с использованием информационно-телекоммуникационных сетей, владелец интернет-сайта вправе не принимать предусмотренные частью 6 той же статьи меры и обязан направить заявителю о том уведомление с приложением указанных доказательств. Поскольку на маркетплейсе соответствующие материалы обычно размещаются продавцами, его владелец, как правило, не имеет достоверных сведений о наличии либо отсутствии у предполагаемого нарушителя права использовать результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации, в связи с чем возникает необходимость обеспечить проверку наличия либо отсутствия оснований их использования.

5.3. Вывод о необходимости проверки означает, по сути, возложение на владельцев маркетплейсов функций арбитра, призванного, с одной стороны, пресечь нарушение интеллектуальных прав, а с другой - не допустить недобросовестного использования данного инструмента в противоречии с его предназначением. При этом какими-либо полномочиями по выяснению фактических обстоятельств они не наделены. Это предопределяет некоторые особенности рассмотрения заявлений правообладателей.

Во-первых, совокупность доказательств, представленных подателем заявления, должна *prima facie* (на первый взгляд) подтверждать наличие у него исключительных прав на соответствующий результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации, для чего могут привлекаться любые доказательства, которые обычно используются с такой целью в суде: для объектов авторского права ими могут быть, например, оригинал произведения, публикации, в которых содержится указание на его автора, договор, на основании которого произведение создано; для объектов, подлежащих государственной регистрации, - свидетельство о регистрации, выписка из открытых реестров и т.д. Нарушение же продавцом интеллектуальных прав подтверждается фактом подачи правообладателем обоснованной претензии совокупно с отсутствием доказательств легального использования соответствующего объекта, которые владелец маркетплейса обязан запросить у продавца, причем само по себе несогласие последнего с тем, что им допущено нарушение, обоснованности претензии не опровергает.

Во-вторых, признавая заявление обоснованным и осуществляя меры для прекращения нарушения интеллектуальных прав, владелец маркетплейса, по сути, констатирует не нарушение интеллектуальных прав, а наличие его признаков. Сходная модель реализована в статье 144.1 ГПК Российской Федерации применительно к принятию Московским городским судом обеспечительных мер защиты авторских и (или) смежных прав в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в Интернете.

Вместе с тем наделение субъекта предпринимательской деятельности квазисудебными полномочиями по разрешению спора между двумя частными субъектами, в результате чего могут быть ограничены права одного из них, в отсутствие регламентированной процедуры и системы процессуальных гарантий создает риск различных злоупотреблений. С одной стороны, прямая заинтересованность владельца маркетплейса в продолжении деятельности продавца порождает сомнения относительно возможности владельца маркетплейса занять в споре объективную позицию, что не согласуется с принципом *peto iudex in propria causa* (никто не может быть судьей в собственном деле). С другой стороны, реагирование даже на обоснованную внешне претензию, когда владелец маркетплейса не может проверить достоверность представленных в ее подтверждение доказательств, способно привести к нарушению прав продавца. Нередки и случаи так называемого патентного троллинга - недобросовестной реализации правообладателем своих исключительных прав, констатировать которую владелец маркетплейса возможности не имеет. В такой ситуации владелец маркетплейса не принимает окончательного решения о блокировке

реализации товаров, которые предположительно нарушают интеллектуальные права правообладателя, а лишь приостанавливает размещение информации о таких товарах на срок, необходимый для обеспечения подателю заявления возможности защитить свои права в судебном порядке. Если последний в разумный срок не обратился в суд или в удовлетворении его требований судом отказано в связи с их необоснованностью, владелец маркетплейса и (или) продавец товара вправе потребовать возмещения убытков, понесенных ими в результате приостановления или прекращения размещения информации о товаре и, как следствие, его реализации посредством маркетплейса, от лица, по заявлению которого эти меры были приняты (за исключением случая, когда меры приняты в порядке исполнения определения суда об обеспечении иска).

При этом владелец маркетплейса обязан раскрыть известную ему информацию о подателе претензии продавцу. Заявление правообладателем необоснованной претензии, в том числе при злоупотреблении правом, может также стать поводом для привлечения такого лица к публично-правовой ответственности (за недобросовестную конкуренцию и т.д.).

Правообладатель же в заявлении о нарушении его интеллектуальных прав может привести доводы о необходимости бессрочного прекращения размещения информации о товарах и их реализации при нарушении его права, если последующее обращение в суд с требованием о защите прав невозможно или затруднительно (например, если компетентный суд расположен в иностранном государстве). В этом случае владелец маркетплейса при признании заявления обоснованным обязан заблокировать размещение соответствующей информации о товарах и их реализацию.

При явной необоснованности заявления владелец маркетплейса не лишен возможности отказать в принятии испрашиваемых мер. В этом случае он обязан направить подателю заявления письменный ответ с указанием мотивов своего решения, а последний при несогласии с отказом вправе обратиться в суд с требованием о привлечении владельца маркетплейса к ответственности за нарушение интеллектуальных прав. Рассмотрев данное требование, суд вправе отказать в освобождении владельца маркетплейса от ответственности, если признает его отказ правообладателю необоснованным.

5.4. Признание заявления правообладателя обоснованным влечет обязанность владельца маркетплейса своевременно принять необходимые и достаточные меры для прекращения нарушения интеллектуальных прав. Подпункт 2 пункта 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации закрепляет, что перечень таких мер и порядок их осуществления могут быть установлены законом. Вступающий в силу с 1 октября 2026 года Федеральный закон "Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации" данный вопрос напрямую не решает, ограничиваясь общим указанием на предоставленную правообладателю возможность обратиться - при обнаружении нарушения его исключительного права и законных интересов - к оператору с заявлением о прекращении размещения на посреднической цифровой платформе информации, нарушающей это право (часть 6 статьи 7).

Модельными практиками взаимодействия маркетплейсов с правообладателями и продавцами в рамках предотвращения реализации неоригинальных товаров (приняты Межгосударственным советом по антимонопольной политике СНГ), носящими рекомендательный характер, в качестве таких мер предусмотрены ограничение доступа к информации, нарушающей интеллектуальные права, блокирование продавца на маркетплейсе, предоставление правообладателю более детальной информации о продавце неоригинальных товаров и документов на товар. Кроме того, в силу пункта 2.11 Модельных практик в целях борьбы с нарушениями интеллектуальных прав маркетплейсами может осуществляться обмен информацией посредством единой информационной системы для обеспечения возможности проверки допустивших нарушение продавцов товаров другими маркетплейсами; в данную систему вносится информация о выявленных фактах реализации неоригинальных товаров на площадках маркетплейсов, которые были подтверждены вступившими в силу решениями судов.

Заслуживает внимания и подход, сформулированный в статье 21 Модельного закона "Об электронных коммуникациях в среде цифровых медиаресурсов" (принят Межпарламентской Ассамблеей государств - участников СНГ 22 ноября 2024 года), в соответствии с которой ограничения защиты права интеллектуальной собственности могут, в частности, устанавливаться законодателем при условии, что у пользователей цифровых медиаресурсов отсутствует объективная возможность правомерно приобрести экземпляры произведений, имеющих научное, образовательное или культурное значение, либо получить доступ к этим произведениям, в том числе в результате действий третьих стран.

В настоящее время вопрос о том, какие меры считать необходимыми и достаточными и в какие сроки их осуществлять, решается владельцами маркетплейсов самостоятельно. В судебной практике единый подход также отсутствует. Одни суды ориентируются на часть 6 статьи 15.7 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации", которой установлена обязанность владельца интернет-сайта удалить указанную в заявлении правообладателя информацию в течение 24 часов с момента получения заявления или уточненных сведений. Другие суды опираются на позицию, согласно которой своевременность мер оценивается в каждом деле с учетом его обстоятельств, и признают данное требование выполненным и в более длительные сроки. В частности, в судебных актах по делу с участием ООО "Мир Хобби" отмечено, что ответчик своевременно проинформировал продавцов товаров о поступлении обращения истца, тогда как, по утверждению последнего, страницы сайта, посредством которых распространялись контрафактные товары, были заблокированы только после подачи иска в суд.

Учитывая многообразие ситуаций, подпадающих под регулирование статьи 1253.1 ГК Российской Федерации, законодатель мог намеренно отказаться от установления конкретного срока, в который нарушение должно быть прекращено. Подпункт 2 пункта 3 данной статьи, как и любая норма, содержащая общее правовое предписание, применяется судьей к конкретным обстоятельствам дела в пределах предоставленной ему законом свободы усмотрения. В любом случае попытки владельца маркетплейса ссылаться на своевременность мер, которые в отсутствие препятствий, обусловленных поведением правообладателя, были приняты уже после обращения правообладателя в суд, не только вступают в противоречие с целями данного законоположения, но и ставят под сомнение нейтральность владельца маркетплейса по отношению к допущенному нарушению.

5.5. Аналогичный вопрос возникает относительно состава мер для прекращения нарушения интеллектуальных прав. К таким мерам прежде всего относится приостановление размещения на маркетплейсе информации о товарах, реализация которых предположительно нарушает интеллектуальные права. Но такого приостановления и даже прекращения демонстрации спорной информации не всегда достаточно. Конституционный Суд Российской Федерации в Постановлении от 13 декабря 2016 года № 28-П и в ряде других решений отметил, что взыскание компенсации за нарушение интеллектуальных прав, выступающей одним из наиболее распространенных способов защиты, является штрафной санкцией, преследующей в том числе публичные цели пресечения нарушений в сфере интеллектуальной собственности, а также их превенции. В этой связи при привлечении фактического нарушителя к ответственности правообладатель может быть заинтересован в получении необходимой для защиты его прав информации, которой может располагать владелец маркетплейса, например сведений: об объемах продаж на данной электронной площадке (товарных остатков) - для расчета компенсации в размере двукратной стоимости контрафактных товаров; о периоде, когда осуществлялась деятельность, нарушающая права, - для обоснования размера компенсации, определенной в твердой денежной сумме; о поставщиках контрафактных товаров - для установления цепочки поставок этих товаров и т.д. Поскольку предприниматели обычно заинтересованы в сохранении конфиденциальности подобных сведений, предоставление коммерческой информации, известной владельцу маркетплейса, по любому запросу правообладателя может нарушить интересы продавца. Однако такая информация

может быть запрошена в судебном порядке, в том числе при рассмотрении дела о привлечении к ответственности лица, фактически допустившего нарушение интеллектуальных прав, в порядке истребования доказательств на основании статьи 57 ГПК Российской Федерации и статьи 66 АПК Российской Федерации. Игнорирование такого запроса владельцем маркетплейса (помимо риска подвергнуться публично-правовой санкции) может служить предпосылкой для вывода о его заинтересованности в сокрытии нарушения и, следовательно, для отказа в освобождении его от ответственности на основании статьи 1253 1 ГК Российской Федерации.

Кроме того, в случае, если в результате деятельности продавца на маркетплейсе допускаются неоднократные нарушения прав одного и того же правообладателя - даже если они пресекаются по его заявлению владельцем маркетплейса без обращения в суд, - такой правообладатель вправе требовать в судебном порядке блокировки деятельности этого продавца на этой электронной площадке.

6. Таким образом, пункты 1 и 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации не противоречат Конституции Российской Федерации в истолковании, данном Конституционным Судом Российской Федерации в пункте 1 резолютивной части настоящего Постановления. Учитывая множество лиц и разнообразие интересов, связанных с работой маркетплейсов, необходимость адаптации участников правоотношений к применению этих норм в их конституционно-правовом истолковании, Конституционный Суд Российской Федерации полагает необходимым установить специальный порядок исполнения настоящего Постановления в пункте 4 его резолютивной части.

Федеральный законодатель не лишен возможности, совершенствуя законодательство на основе конституционных предписаний и правовых позиций Конституционного Суда Российской Федерации, высказанных в настоящем Постановлении, уточнить основания и порядок привлечения владельца маркетплейса к ответственности за нарушения интеллектуальных прав, допущенные на принадлежащей ему электронной площадке третьими лицами.

Исходя из изложенного и руководствуясь статьями 6, 71, 72, 74, 75, 78, 79 и 100 Федерального конституционного закона "О Конституционном Суде Российской Федерации", Конституционный Суд Российской Федерации постановил:

1. Признать пункты 1 и 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации не противоречащими Конституции Российской Федерации в той мере, в какой по своему конституционно-правовому смыслу в системе действующего правового регулирования - позволяя признавать информационным посредником владельца маркетплейса (цифровой платформы), который наряду с деятельностью по предоставлению возможности размещения материалов (информации) в информационно-телекоммуникационной сети оказывает иные услуги по обеспечению работы этой электронной площадки, - данные законоположения предполагают следующее: принятие владельцем маркетплейса (цифровой платформы) необходимых и достаточных мер для прекращения нарушения интеллектуальных прав (как основание для его освобождения от ответственности за их нарушение, допущенное третьим лицом при реализации товаров на этой электронной площадке), по общему правилу, подразумевает приостановление размещения на маркетплейсе (цифровой платформе) информации о соответствующих товарах по требованию лица, заявляющего о нарушении своих прав как правообладателя, на срок, необходимый для разрешения в судебном порядке его иска к продавцу о защите интеллектуальных прав или для принятия обеспечительных мер по такому иску, если в соответствующем заявлении приведены сведения, позволяющие установить принадлежность результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации подающему его лицу, а также свидетельствующие о неправомерности или о наличии обоснованных сомнений в правомерности их использования конкретным продавцом (в том числе в случае предоставления им заверения об отсутствии нарушений интеллектуальных прав), а продавцом данные сведения убедительно не опровергнуты;

правообладатель вправе заявить исковое требование к продавцу товара со ссылкой на имеющиеся на цифровой платформе сведения о нем, с учетом правомочия суда запросить у владельца маркетплейса (цифровой платформы) имеющуюся у него информацию, необходимую для защиты нарушенных интеллектуальных прав, а также принять решение об обеспечительных мерах, в том числе в виде запрета размещения информации о товаре на маркетплейсе (цифровой платформе); уклонение владельца маркетплейса (цифровой платформы) от исполнения возложенных судом обязанностей является основанием для отказа в освобождении его от ответственности; если податель заявления в разумный срок не обратился в суд за защитой своих прав или в удовлетворении его требований судом было отказано в связи с их необоснованностью, владелец маркетплейса (цифровой платформы) и (или) продавец товара вправе потребовать возмещения убытков, понесенных ими в результате приостановления или прекращения размещения на этой электронной площадке информации о товарах и их реализации, от лица, по заявлению которого эти меры были приняты;

владелец маркетплейса (цифровой платформы), ранее принимавший меры по пресечению нарушений интеллектуальных прав в отношении своего контрагента, осуществляющего деятельность с использованием этой электронной площадки, при повторном использовании тем же лицом тех же объектов интеллектуальных прав не может ссылаться на отсутствие информации о неправомерности такого использования.

Придание пунктам 1 и 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации иного смысла, чем приведенный в настоящем Постановлении, приводило бы к нарушению конституционных прав граждан и вступало бы в противоречие со статьями 8 (часть 1), 19 (части 1 и 2), 34, 35 (части 1 и 2), 44 (часть 1), 55 (часть 3) и 75 1 Конституции Российской Федерации.

2. Выявленный в настоящем Постановлении конституционно-правовой смысл пунктов 1 и 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации является общеобязательным, что исключает любое иное их истолкование в правоприменительной практике.

3. Судебные акты, вынесенные по делу с участием общества с ограниченной ответственностью "Мир Хобби" на основании пунктов 1 и 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации в истолковании, расходящемся с их конституционно-правовым смыслом, выявленным в настоящем Постановлении, подлежат пересмотру в установленном порядке, если для этого нет иных препятствий.

4. Конституционно-правовое истолкование пунктов 1 и 3 статьи 1253 1 ГК Российской Федерации, содержащееся в пункте 1 резолютивной части настоящего Постановления, подлежит применению по истечении трех месяцев с момента его провозглашения (за исключением пересмотра судебных актов, вынесенных по делу с участием общества с ограниченной ответственностью "Мир Хобби").

5. Настоящее Постановление окончательно, не подлежит обжалованию, вступает в силу немедленно после провозглашения, действует непосредственно и не требует подтверждения другими органами и должностными лицами.

6. Настоящее Постановление подлежит незамедлительному опубликованию в "Российской газете", "Собрании законодательства Российской Федерации" и на "Официальном интернет-портале правовой информации" (www.pravo.gov.ru).

Конституционный Суд
Российской Федерации
№ 39-П