ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ КОНКУРЕНТЫ ОЧЕРНИЛИ ИМИДЖ ВАШЕЙ КОМПАНИИ

Фирма обвинила учредителей конкурента в воровстве. Они подали иск в суд и не только выиграли дело, но и получили компенсацию

Претензии потерпевшей компании. Пермская организация «Неоматика» обратилась в суд с требованием признать тот факт, что компания «АПК КОМ» опорочила ее деловую репутацию, разместив 23 июля 2012 года на своем сайте обвинительную статью под названием «Внимание, мошенники!» (в разделе «Новости»). Руководство пострадавшей компании считает, что обидчик обязан устранить данную информацию, опубликовать опровержение и извинение от лица директора, а также выплатить компенсацию за нанесение репутационного вреда.

Аргументы потерпевшей компании. В размещенной на сайте статье, в частности, было написано: «В связи с выходом на рынок оборудования под маркой «ADM200» производства компании «Неоматика» (г. Пермь), компания ООО «АПК КОМ» официально заявляет, что она не имеет ничего общего с вышеуказанным оборудованием, легитимность выхода которого весьма сомнительна. Кроме того, общество «Неоматика» образовано уволенными сотрудниками нашей компании, уличенными в краже имущества, которые впоследствии раскаялись в содеянном и были выпущены на свободу. Считаем своим долгом предупредить наших партнеров, клиентов: остерегайтесь мошенников и псевдопроизводителей! Во избежание обвинений в клевете, наша компания обладает всеми документами, подтверждающими факты, обозначенные в данном обращении». Потерпевшая сторона заявила, что опубликованные сведения не соответствуют действительности. Это подтверждают первичные документы, а также выписка из судебного постановления об отказе в возбуждении уголовного дела по причине отсутствия состава преступления. Следовательно, фирма умышленно решила подорвать имидж конкурента.

Как компании удалось возместить ущерб деловой репутации

Инна Бучневич Руководитель юридической практики консалтинговой фирмы «Партнеры и Боровков», Санкт-Петербург

В суде компания-нарушитель заявила, что не имеет никакого отношения к информации, размещен-

Цена спора **58 тыс. руб.**

50 тыс. руб.
Компенсация

8 тыс. руб.
Госпошлина

ной на своем сайте. Однако суд занял сторону истца, и вот какие аргументы решили исход дела.

1. Спорные сведения распространяла именно фирма-конкурент. Это подтверждают такие факты:

- протокол осмотра доказательств от 24.07.2012, который составил нотариус пермского городского нотариального округа;
- письмо организации «СпейсВэб», предоставляющей услуги хостинга для веб-сайта ответчика по договору публичной оферты, исходя из которой фирма «АПК КОМ» является лицом, от имени которого публикуются материалы на сайте.

Кроме того, обе организации действительно являются конкурентами, поскольку производят и поставляют товары, идентичные по функциональному назначению, применению, качественным характеристикам, ценам и реализуемые на одном рынке. Этот довод ответчик не оспаривал.

2. Владельцы новой фирмы не нарушали закон. Учредители новой компании представили в суде копию постановления об отказе в возбуждении уголовного дела от 15 декабря 2012, вынесенного оперуполномоченным ОУР ОП №6 УМВД России по г. Перми. Следовательно, руководство фирмы «АПК КОМ» умышленно пыталось обвинить собственников компании конкурентов в совершении нечестного поступка, недобросовестности при осуществлении предпринимательской деятельности. Кроме того, ответчик не представил доказательств того, что опубликованная информация соответствует действительности. А значит, пострадавшая сторона имеет право требовать опровержения сведений, порочащих ее честь, достоинство и деловую репутацию (ст. 152 ГК РФ).

3. Репутации фирмы был нанесен урон. «Неоматика» создана в апреле 2012 года, следовательно, это молодая, развивающаяся компания, которая заинтересована в создании положительной деловой репутации для успешного бизнеса. Однако спорные сведения о ее коммерческой деятельности, уже отрицательно сказались на имидже компании, что подтверждается письмами от фирм-партнеров. Кроме того, в дальнейшем это может привести к потере клиентов, заказов, а значит, и прибыли.

Решение суда и выводы для бизнеса. Судьи пришли к заключению, что опубликованные сведения порочат деловую репутацию компании и ее собственников. Недобросовестного конкурента обязали опровергнуть эту информацию, возместить репутационный ущерб в размере 50 тыс. руб., а также компенсировать затраты на уплату госпошлины в размере 8 тыс. руб. (постановление ФАС Уральского округа от 02.09.2013 №Ф09-5525/13 по делу №А50-15762/2012). Если Вы оказались в подобной ситуации, в первую очередь нужно документально подтвердить факт клеветы – для этого обратитесь в нотариальную контору до того момента, как конкурент удалит информацию. Кроме того, на своем сайте нужно сразу разместить опровержение. Вместе с тем стоит заметить, что не каждый негативный отзыв можно считать порочащим деловую репутацию компании, а только тот, который не соответствует действительности и формирует негативное отношение к руководству и самой организации у потребителей или контрагентов. Помимо прочего рекомендую подготовить следующие документы.

- Доказательства нанесения материального ущерба. Например, «Альфа-Банку» удалось отсудить у издательского дома «Коммерсант» около 11 млн руб. за статью «Банковский кризис вышел на улицу. Системообразующие банки столкнулись с клиентами», в которой упоминалось его название. Главным аргументом стал тот факт, что банк не мог осуществлять кредитование из-за того, что вкладчики активно снимали деньги (постановление ФАС Московского округа от 30.05.05 № КГ-А40/1052-05).
- Отчет об оценке рыночной стоимости деловой репутации. Один из архангельских строительных заводов отсудил у компании «Группа Каспийская Энергия» 3,5 млн руб. за распространение информации о его слиянии с другим предприятием, из-за которой сорвалась сделка завода с зарубежным партнером. Главным аргументом в пользу пострадавей стороны был отчет, согласно которому деловая репутация завода оценивается в размере более чем 495 млн руб. (постановление ФАС Поволжского округа от 19.07.2011 по делу №А06-590/2010).