



Дело «Мир Хобби»: Конституционный суд разъяснил, в каких случаях маркетплейс отвечает за контрафакт

Постановление Конституционного Суда РФ от 16.06.2026 № 39-П «По делу о проверке конституционности пунктов 1 и 3 статьи 1253.1 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью «Мир Хобби».

Суть спора

Компания «Мир Хобби» (издатель настольных игр) обнаружила на маркетплейсе Wildberries предложения о продаже контрафактных копий настольной игры «Мафия. Вся семья в сборе». Не добившись урегулирования спора с маркетплейсом в досудебном порядке, компания обратилась в суд.

Суд отказал во взыскании с маркетплейса компенсации за нарушение исключительных прав в размере 9 200 000 рублей, поскольку пришел к выводу, что ответчик является информационным посредником – не предлагает и не продает товар покупателям.

Должен ли маркетплейс отвечать за контрафакт?

Правообладатели пытаются возложить ответственность на маркетплейс, мотивируя тем, что маркетплейсы не являются «нейтральными» посредниками: они активно участвуют в продвижении и рекламе товаров, определяют условия продажи, получают доход от продажи контрафактных товаров. Следовательно, должны отвечать солидарно с продавцами.

Маркетплейсы именуют себя информационными посредниками: не обязаны проверять товары,

Если у вас возникли вопросы в отношении этого сообщения, пожалуйста, свяжитесь:

Кирилл Саськов

Партнер

Руководитель корпоративной и арбитражной практики

моб. тел.: +7 (921) 748-03-56

тел.: +7(812) 602-02-25

✉ kirill.saskov@kachkin.ru

Ольга Новинская

Юрист практики по

интеллектуальной

собственности/

информационным технологиям

моб. тел.: +7(981) 959-61-03

тел.: +7(812) 602-02-25

✉ olga.novinskaya@kachkin.ru

третьими лицами через сайт, и модерировать карточки товаров. Проинформировал продавца о поступившей претензии – значит, принял необходимые меры.

На практике суды в большинстве случаев признавали маркетплейсы информационными посредниками, которые предоставляют возможность размещения информации. Чтобы избежать ответственности в этом случае необходимо выполнение условий:

1. Незнание о контрафактности товара.

Пример: наличие в договоре с продавцом оговорки, что товары не нарушают права третьих лиц

2. Принятие необходимых и достаточных мер для прекращения нарушения.

Пример: Уведомление продавца о поступившей претензии, блокировка/удаление карточки товара на время рассмотрения спора

Позиция Конституционного Суда

Маркетплейс может быть признан информационным посредником в зависимости от обстоятельств конкретного дела (роли маркетплейса применительно к нарушению).

Если на маркетплейсе рекламируется конкретный контрафактный товар – это нарушение.

Если такой товар наряду с другими в результате работы алгоритма автоматически попадает в поисковую выдачу или становится участником акции в связи с его соответствием определенным критериям – маркетплейс может быть освобожден от ответственности.

Владельцы маркетплейсов не обязаны осуществлять проверку карточек товаров и самостоятельно выявлять нарушения.

Однако маркетплейсы всё же обязаны *принимать необходимые технические меры* для выявления нарушений.

Чем очевиднее нарушение¹ – тем менее сложные меры нужны для их выявления.

Если продавец уже допускал нарушения – это повод для применения повышенного стандарта осмотрительности при взаимодействии с ним.

¹ К очевидным нарушениям отнесены: низкая цена, не характерная для товаров данной категории; подражание широко известным брендам (использование обозначения, которое отличается от общеизвестного товарного знака на одну букву).

- ❑ Заверение продавца товаров о том, что реализуемые им товары не нарушают интеллектуальных прав третьих лиц (ст. 431.2 ГК РФ), образует *опровержимую* презумпцию того, что владелец маркетплейса не знал о нарушении.

Если маркетплейс ранее принимал меры в отношении продавца, то при повторном нарушении этим же продавцом прав на те же объекты маркетплейс не может ссылаться на то, что он не мог знать о нарушении.

Как должен выглядеть порядок рассмотрения жалоб маркетплейсом

1. Правообладатель подает жалобу. Жалоба должна быть обоснованная – к ней должны быть приложены доказательства, подтверждающие наличие у него исключительных прав.

Например: оригинал произведения, публикации с указанием автора, договор на создание произведения, свидетельство о регистрации, выписка из открытых реестров и т.д.

2. Маркетплейс уведомляет продавца о поступившей жалобе и запрашивает доказательства легального использования.

При этом маркетплейс обязан раскрыть продавцу известную ему информацию о подателе претензии.

3. При наличии признаков нарушения маркетплейс приостанавливает размещение информации о таких товарах до обращения правообладателя в суд.

Если правообладатель не обратился в суд в разумный срок или в удовлетворении его требований судом отказано, владелец маркетплейса и (или) продавец товара вправе потребовать возмещения убытков, понесенных ими в результате приостановления размещения информации о товаре.

NB! *Игнорирование обоснованной претензии и блокировка карточки только после обращения правообладателя в суд – несвоевременная мера.*