



Всегда ли публикация защищается авторским правом? Пример третий.

Публикация, имеющая рекламный характер, может быть признана охраняемой авторским правом.

Дело	<u>Трансферной компании</u>	пр	<u>компании «Авантаж»</u>
	<i>истец</i>	от	<i>ответчик</i>
		и в	

Обстоятельства дела

Заказав за вознаграждение у гражданина С. статью, Трансферная компания разместила её на своём сайте в разделе «Для организаций». Данная статья являлась рекламой услуг компании и была посвящена её деятельности. Другая компания – компания «Авантаж», дабы не писать и не тратить деньги на написание аналогичной статьи для себя, решила скопировать её на свой сайт, немного адаптировав под свою деятельность. Трансферная компания на такую шалость отреагировала учинением судебного разбирательства, подав исковое заявление с требованием о:

✓ взыскании с компании «Авантаж» денежной компенсации за нарушение исключительных прав в размере 250 000 рублей.

Позиции нижестоящих судов

Суд первой инстанции, уменьшив сумму компенсации до 180 000 рублей, удовлетворил притязания Трансферной компании. Апелляционный суд также «сыграл против» компании «Авантаж», оставив решения суда в силе.

Позиция вышестоящего суда

И только в кассационной инстанции компания «Авантаж» сумела «доискаться правды»: кассационным судом судебные акты нижестоящих судов отменены, и дело направлено на новое рассмотрение. Суд указал, что для определения возможности отнесения спорного текста к объекту авторского права необходимы специальные познания в этой области. В данном случае таким доказательством может служить заключение экспертизы, поэтому суд первой инстанции необоснованно отказал компании "Авантаж" в назначении лингвистической экспертизы с участием экспертов, целью которых было определение, является ли спорный текст произведением науки, литературы и искусства, а также является ли спорный текст результатом творческого труда или изложен в обычной форме.

Позиция суда первой инстанции при новом рассмотрении дела

Следуя указаниям кассационного суда, суд первой инстанции провел лингвистическую экспертизу. Согласно выводам эксперта, рекламная статья формально соответствует обозначению произведение литературы и даже имеет косвенное отношение к выражению произведение искусства, а также является результатом творческого труда конкретного человека. Естественно, суду ничего не оставалось, кроме как удовлетворить исковое требование Трансферной компании. Ей присуждена компенсация в том же размере – 180 000 рублей.

Источник: постановление ФАС Поволжского округа от 26.04.2012 по делу N А55-13366/2011