

Подготовлена ООО «Инженеры информации» и Центром Правовой Информации «ЭКСПЕРТ» с использованием материалов систем КонсультантПлюс



Когда доля в 99% УК вдруг ничего не значит

Для кого (для каких случаев):

Для попыток перераспределить влияние в Обществе

Сила документа:

Постановление арбитражного суда округа.

Где посмотреть

комментируемый документ:

Судебная Практика: ПОСТАНОВЛЕНИЕ
АРБИТРАЖНОГО СУДА ВОЛГО-ВЯТСКОГО ОКРУГА ОТ
28.11.2024 N Ф01-4711/2024 ПО ДЕЛУ N А43-15796/2023

>> Схема ситуации

Начало стандартное: у Общества было два учредителя. А дальше начинаются бесконечные вариации. В данном случае, с 2011-ого года Участнику-1 принадлежала доля 1%, Участнику-2, соответственно, 99%. В 2017 году Участник-2 решил выйти из бизнеса и по договору купли-продажи передал свои 99% доли Участнику-1. Прошло 3 года, а оплаты по сделке нет, как нет.

Раз денег нет, возвращай тогда бизнес взад, мой не дорогой бывший друг! В сентябре 2022 года Участник-2 подал иск о расторжении договора купли-продажи и возврате доли в уставном капитале Общества. В феврале 2023 года в ЕГРЮЛ было зарегистрировано, что у Общества снова два владельца с долями 1% и 99%.

И тут выяснилось, что незадолго до расторжения договора в судебном порядке, единственный на тот момент участник ООО внёс изменение в устав, согласно которому все решения в Обществе принимаются только единогласно. Такой молодец! Лёгким росчерком пера всё преимущество владения бОльшей долей свёл на нет!

Участник-2 оказался не согласен с таким поворотом и оспорил изменение в уставе. Потребовал признать решение единственного участника недействительным, обязать налоговый орган исключить из ЕГРЮЛ сведения о внесении изменений в устав.

Суд первой инстанции поддержал требования истца, посчитав, что подобные действия не отвечают критериям добросовестности и совершены исключительно с целью воспрепятствовать Участнику-2 вернуть корпоративный контроль над Обществом, то есть являются злоупотреблением правом.

Вторая инстанция встала на сторону ответчика. На момент принятия решения он был в своём праве, поскольку был единоличным владельцем ООО, в то время как истец, не являющийся на тот момент участником, не вправе оспаривать решение общего собрания.

Изучив материалы дела, суд кассационной инстанции подчеркнул, что на момент принятия единственным участником Общества спорного решения об изменении устава он знал о наличии судебного спора по расторжению договора купли-продажи доли в связи с неоплатой. При рассмотрении того дела Участник-1 признал иск, то есть осознавал, что в случае возврата доли 99% прежнему собственнику он утратит в значительной мере корпоративный контроль над Обществом. Утвердив устав в новой редакции, Участник-1 пытался сохранить свое влияние на дела корпорации, обеспечив себе, как



вероятному владельцу доли в размере всего лишь 1% УК, право блокировать принятие решения по любому вопросу деятельности Общества.

Такое поведение участника гражданского оборота направлено исключительно на причинение вреда второму участнику Общества, а потому не может быть признано добросовестным, в связи с чем суд первой инстанции правомерно квалифицировал такие действия в качестве злоупотребления правом.

>> Выводы и Возможные проблемы

Трюк «всеми правдами и неправдами остаться в обществе одному, по-быстрому поменять под себя устав и снова запустить других участников» может не пройти из-за явного злоупотребления правом.

Цена вопроса:

корпоративный контроль.



Строка для поиска в КонсультантПлюс:

«злоупотребление корпоративными правами».



50 тысяч за новогодний мешок

Для кого (для каких случаев):

О нарушении исключительных прав на фотографические произведения.

Сила документа:

Постановление арбитражного апелляционного суда

Где посмотреть

комментируемый документ:

Судебная Практика: ПОСТАНОВЛЕНИЕ ДЕВЯТОГО
АРБИТРАЖНОГО АПЕЛЛЯЦИОННОГО СУДА ОТ
28.11.2024 N 09АП-44485/2024 ПО ДЕЛУ N А40-
45712/2024

>> Схема ситуации

Одно популярное печатное Издание вело параллельно свою интернет-страничку. И как-то на новый год разместило на сайте статью "Конфеты съели – игрушки остались. Как в Ростове продают ненужные подарки". Сейчас у нас все визуализируют, поэтому к любой статье нужна картинка. На свою голову на сайте к заметке разместили фото новогоднего мешка.

И начались судебные разбирательства. Объявился автор фото с новогодним мешком, который потребовал за использование своего фото компенсацию в размере 50 тысяч рублей.

Суды в авторстве не усомнились, компенсация тоже показалась суду вполне вменяемой. Одна фотография, конечно, столько не стоит. Но, определяя размер компенсации, истец учитывал степень вины и грубый характер нарушения, так как факт игнорирования необходимости соблюдения авторских прав свидетельствует о том, что ответчику экономически выгоднее незаконно использовать результаты интеллектуальной деятельности, чем приобретать право на их использование, так как не все нарушения будут выявлены правообладателями.

Ответчик также пытался доказать, что это не он, а другая – дочерняя компания «накосячила», которая по договору с ним разместила информацию. Но администратором и владельцем сайта является именно Издание. Возможность создавать поддомены (домены третьего уровня, четвертого и т.д.) существует



только через административную панель домена второго уровня, то есть непосредственно ответчиком, как администратором доменного имени второго уровня. Ответчик-учредитель полностью контролирует деятельность дочерней компании, та без его одобрения не размещает ничего.

Ответчик является зарегистрированным СМИ, а также субъектом предпринимательской деятельности. Размещая информацию на сайте, ответчик дополняет ее фотографическими произведениями – в целях повышения интереса к публикуемой им информации. Ответчик, являясь субъектом предпринимательской деятельности, при той степени разумности и осмотрительности, какая от него требовалась при данных обстоятельствах, мог и должен был осуществлять контроль за размещаемой в отношении него информацией на соответствующем сайте.

>> Выводы и Возможные проблемы

Опасно использовать чужие фото. Можно попасть на такое, у которого объявится автор. Ну, и всегда нужно контролировать, что размещено на Вашем сайте, даже если разместил это кто-то другой. В случае нарушения исключительных прав автор вправе требовать возмещения убытков или выплаты компенсации в размере от 10 тысяч до 5 миллионов, определяемой по усмотрению суда.

Цена вопроса:
50 тысяч рублей.



Строка для поиска в КонсультантПлюс:

«защита исключительных прав на фотографические произведения».



О рекламе «идеальных» похорон

Для кого (для каких случаев):

Для случаев нарушения законодательства в сфере рекламы.

Сила документа:

Постановление Арбитражного суда апелляционной инстанции.

Где посмотреть

комментируемый документ:

Судебная Практика: ПОСТАНОВЛЕНИЕ ДЕВЯТОГО
АРБИТРАЖНОГО АПЕЛЛЯЦИОННОГО СУДА ОТ 25.11.2024
N 09АП-63541/2024 ПО ДЕЛУ N А40-95483/2024

>> Схема ситуации

Московский Департамент торговли увидел в газете рекламу ритуальных услуг и передал информацию в Антимонопольный орган. УФАС признал рекламу недостоверной. Дело в том, что в рекламных макетах Ритуального агентства содержались следующая информация: «идеальные похороны по доступным ценам», «безупречный ритуальный оператор». Плюс ко всему макеты содержали указание номера - *105 с надписью: «Важно! Новый федеральный специализированный номер». Этот коротенький номер уж очень похож на номера экстренных государственных служб, таких как полиция, скорая помощь, МЧС и т.д., и вводит потребителей в заблуждение.



Агентство пыталось оспорить решение антимонопольщиков в суде, но потерпело неудачу. И вот почему. Закон о защите конкуренции считает некорректным сравнением использование слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», а также иных слов, создающих впечатление о превосходстве товара или хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными. В соответствии с различными толковыми словарями слова «идеальный» и «безупречный» предполагают достижение совершенства в чем-либо, отсутствие изъянов и превосходство над иными объектами. Если подобные слова указаны в рекламе, то они должны объективно подтверждаться доказательствами безупречности и идеальности товара/услуги. Иначе реклама недостоверная. Агентство, увы, не смогло заручиться доказательствами того, что для всех клиентов похороны будут идеальными и безупречными. Может быть, для кого-то они такими и не будут.

Ну а что касается лаконичного номера *105, то Агентство указало, что никого в заблуждение не вводит. Вот и сноска есть, под которой указано, что «номер не является номером государственных экстренных служб». Однако, суд установил, что объявление построено таким образом, чтобы у потребителя рекламы сложилось впечатление о принадлежности номера *105 к государственным экстренным службам, поскольку приписка выполнена мелким шрифтом, располагается под объявлением, в самом тексте рекламы отсутствует какое-либо указание на приписку под ним (например, знак «*»). Текст, конечно, читаемый, но в экстренных случаях потребитель не всегда способен здраво и адекватно читать всякие сноски под рекламным объявлением.

>> Выводы и Возможные проблемы

Если очень хочется порекламирить собственное превосходство, то используемые утверждения должны сопровождаться указанием на конкретные характеристики или параметры сравнения, имеющие объективное подтверждение, например, ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Цена вопроса:

. риск быть оштрафованным по ст. 14.3 КоАП (от 100 000 до 500 000 рублей).



Строка для поиска в КонсультантПлюс:

«не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара».