



ЕВРАЗИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ КОЛЛЕГИЯ

РЕКОМЕНДАЦИЯ

«12» января 2021 г.

№ 1

г. Москва

О принципах и критериях добросовестной деловой практики в отношении потребителей в сфере розничной торговли товарами

Коллегия Евразийской экономической комиссии в целях реализации пункта 6 Протокола о проведении согласованной политики в сфере защиты прав потребителей (приложение № 13 к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года),

учитывая закрепленные в Декларации о дальнейшем развитии интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического союза от 6 декабря 2018 г. ключевые направления развития евразийской интеграции в части совершенствования рыночных институтов с учетом наилучших международных и национальных практик, повышения эффективности функционирования рынков товаров, исходя из необходимости обеспечения гарантий качества, безопасности обрабатываемых товаров, информированности и надлежащей защиты прав потребителей,

рекомендует государствам – членам Евразийского экономического союза с даты опубликования настоящей Рекомендации на официальном сайте Евразийского экономического союза руководствоваться принципами и критериями добросовестной

деловой практики в отношении потребителей в сфере розничной торговли товарами, которые размещены на официальном сайте Союза по адресу:
http://eec.eaeunion.org/ru/act/txnreg/depstanmer/regulation/Documents/Принципы_и_критерии_добросовестной_деловой_практики.pdf.

Председатель Коллегии
Евразийской экономической комиссии

М. Мясникович

ПРИНЦИПЫ И КРИТЕРИИ **добросовестной деловой практики в отношении потребителей** **в сфере розничной торговли товарами**

1. Настоящий документ разработан в целях повышения эффективности проведения государствами – членами Евразийского экономического союза (далее соответственно – государства-члены, Союз) согласованной политики в сфере защиты прав потребителей и может применяться в практической деятельности субъектов предпринимательской деятельности (в том числе изготовителей, исполнителей, импортеров, продавцов, владельцев агрегаторов информации о товарах и др.), осуществляющих розничную, в том числе электронную торговлю товарами, предназначенными исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Настоящий документ применяется в дополнение к положениям Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об Общих подходах к проведению государствами – членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» и Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 мая 2019 г. № 15 «Об Общих подходах к установлению особых мер защиты прав и интересов отдельных категорий потребителей».

2. Понятия, применяемые для целей настоящего документа, означают следующее:

«агрегатор» – программный продукт или сервис, собирающий информацию продавцов о реализуемых ими товарах в один источник (сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»), содержащий товарные предложения и предусматривающий

возможность заключить договор розничной купли-продажи, а также внесения оплаты (предоплаты) в рамках применяемых форм безналичных и наличных расчетов, позволяющий пользователям (потребителям) выбирать, заказывать (приобретать), оплачивать и получать (посредством доставки) такие товары и обеспечивающий потребителя информацией о состоянии доставки заказанного (приобретенного) товара;

«владелец агрегатора информации о товарах» (далее – владелец агрегатора) – организация независимо от организационно-правовой формы либо индивидуальный предприниматель, которые являются владельцами программного продукта для электронных вычислительных машин и (или) владельцами сайта и (или) страницы сайта (сервиса) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и, которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца о заключении договора купли-продажи товара, заключить с продавцом договор купли-продажи, а также произвести оплату указанного товара путем внесения наличных денежных средств продавцу (исполнителю), либо в кредитную организацию, либо платежному агенту, осуществляющему деятельность по приему платежей физических лиц, либо банковскому платежному агенту (субагенту), осуществляющему деятельность в соответствии с законодательством о банках и банковской деятельности, либо организации, осуществляющей доставку товара, либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов в соответствии с законодательством государства-члена;

«добросовестная деловая практика» – совокупность выработанных и применяемых правил поведения организации, в рамках определения

и исполнения условий договорных обязательств с потребителем в отношениях, регулируемых законодательством государства-члена о защите прав потребителей, основывающихся на принципах, обозначенных в пункте 3 настоящего документа;

«потребитель» – физическое лицо, имеющее намерение заказать (приобрести) либо заказывающее (приобретающее, использующее) товары исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;

«продавец» – организация независимо от формы (вида) собственности, в том числе владелец агрегатора, а также физическое лицо, зарегистрированное в соответствии с законодательством государства-члена в качестве индивидуального предпринимателя, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи в рамках розничной, в том числе электронной торговли товарами для потребителей;

«розничная торговля» – вид торговой деятельности по продаже покупателю (потребителю) товаров, предназначенных для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с осуществлением предпринимательской деятельности»;

«электронная торговля» – вид розничной торговли по продаже товаров, при ведении которой заключение договора между потребителем и продавцом, осуществляется посредством электронных сообщений с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», путем передачи информации, подготовленной, отправленной, полученной или хранимой с помощью электронных или аналогичных средств (включая электронный обмен данными, электронную почту или иным способом, исключающим возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом

товара при заключении такого договора), независимо от формы расчета и времени фактической оплаты товара покупателем.

Иные понятия, используемые в настоящем документе, применяются в значениях, определенных Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года.

3. Добросовестная деловая практика для защиты прав потребителей в сфере розничной торговли товарами основывается на принципах:

1) разумности, предполагающей сохранение баланса интересов сторон договора, где одной стороной является потребитель, а другой – продавец, в понятии, установленном для целей настоящего документа (далее – договор), и недопущения возникновения дисбаланса в вытекающих из такого договора правах и обязанностях в ущерб потребителю;

2) справедливости, предполагающей включение в качестве культуры предпринимательской деятельности равного, беспристрастного, недискриминационного и честного обслуживания потребителей, учитывающего особые потребности отдельных категорий потребителей;

3) прозрачности, предполагающей обеспечение достоверности и своевременности предоставления информации о предлагаемых потребителям товарах и о продавце;

4) минимизации рисков причинения вреда здоровью или имуществу потребителей;

5) недопустимости использования продавцом преимуществ своего положения перед потребителем;

6) конфиденциальности и защиты персональной (личной) информации потребителя, полученной при заключении или исполнении договора;

7) беспрепятственного осуществления гражданских прав, обеспечения восстановления нарушенных прав, их судебной защиты;

8) ответственности продавца;

9) обеспечения прав и законных интересов потребителей в электронной торговле на уровне не ниже, чем для других форм торговли;

10) законности, предполагающей соблюдение продавцом требований законодательства государства-члена при реализации товаров.

4. Продавцы, осуществляющие свою деятельность в соответствии с принципами добросовестной деловой практики для защиты прав потребителей в сфере розничной торговли товарами, надлежащим образом учитывают интересы потребителей и целенаправленно обеспечивают защиту интересов потребителей.

5. В соответствии с принципами, обозначенными в пункте 3 настоящего документа, определяются критерии добросовестной деловой практики (основные, но не ограниченные данным документом признаки, соответствие которым характеризует добросовестность поведения продавца по отношению к потребителю).

Критериями добросовестной деловой практики для защиты прав потребителей в сфере розничной торговли товарами могут определяться:

1) надлежащее правовое взаимодействие продавца и потребителя при заключении договора, выражающееся в:

а) принятии со стороны продавца всех надлежащих мер для исполнения договора;

б) использовании при заключении договора четких формулировок, исключающих двоякое толкование условий такого договора и не требующих для их понимания наличия специальных знаний у потребителя;

в) установлении для всех потребителей равного уровня цен на товары, реализуемые продавцом, а также равные условия договора розничной продажи товаров, за исключением случаев предоставления льгот и преимуществ отдельным категориям потребителей, определенным законом или решением продавца;

г) недопущении:

необоснованного отказа от предоставления потребителю прав на получение скидок, дополнительных товаров или иных бонусов, озвученных в рекламе, публичной оферте;

изложения условий договора шрифтом, затрудняющим получение (восприятие) потребителем необходимой информации;

отказа потребителю в заключении публичного договора;

навязывания потребителю дополнительных услуг за плату;

понуждения к заключению дополнительных соглашений к договору под угрозой отказа в исполнении сделки;

ограничения времени или создание иных препятствий для ознакомления потребителя с условиями договора;

включения в договор условий, ущемляющих права потребителя (примерный, но не исчерпывающий перечень таких условий, представлен в пункте 6 настоящего документа);

иное поведение, которое может подвергать потребителей риску или причинить им ущерб;

2) учет интересов и потребностей лиц с ограниченными возможностями и потребителей, находящихся в уязвимом и неблагоприятном положении, предполагающий:

а) формирование потребительского предложения, учитывающего различные ценовые сегменты;

б) внедрение механизмов, позволяющих обеспечить условия для достижения равных возможностей доступа к товарам или к информации о них для потребителей, в том числе учитывающих потребности лиц с физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными нарушениями здоровья;

в) недопущение непредоставления льгот и преимуществ, установленных законом для отдельных категорий потребителей;

3) информирование и повышение осведомленности потребителей, предусматривающие:

а) предоставление полной и не вводящей потребителей в заблуждение информации (в том числе профессиональной консультационной и иной компетентной помощи) о товаре, продавце, условиях заключаемого договора и стоимости доставки товара (при ее наличии), порядке формирования итоговой цены товара, достаточной для рационального выбора, включая сведения, необходимые для понимания рисков (в том числе финансовых), связанных с приобретением товаров;

б) обеспечение доступности информации для потребителя, независимо от того, какие технические средства для этого используются;

в) недопущение продавцом представления заведомо ложной информации о товаре, а равно введения покупателя в заблуждение

путем предоставления неполной информации или искаженных сведений;

4) качество и безопасность товаров, что предполагает обеспечение соответствия реализуемых товаров, независимо от способа их реализации (посредством традиционной, электронной, дистанционной торговли и т.д.) требованиям действующего законодательства государства-члена и актов, составляющих право Союза;

5) правовые гарантии возмещения материальных убытков и морального вреда, полученных потребителем в результате действий продавца, направленных на введение потребителя в заблуждение, оказания на него психологического давления (к примеру, путем быстрого проговаривания текста договора, замалчивания ответов на вопросы потребителя, непредоставления достаточного времени потребителю для ознакомления с условиями договора, сообщение о предоставлении скидок, подарков, продаже товаров по заниженной цене и т.д.), в том числе посредством применения агрессивной рекламы и иного манипулирования выбором потребителя;

б) защита персональной (личной) информации потребителя, предполагающая:

а) ограничение права продавца обуславливать заключение договора предоставлением персональной (личной) информации потребителя в случаях, когда обязанность предоставления такой информации не предусмотрена законодательством государства-члена и не связана с непосредственным исполнением договора;

б) внедрение и применение продавцом комплексных механизмов, гарантирующих обеспечение надлежащего контроля, защищенности, прозрачности и получения согласия в контексте законного сбора

и использования персональной (личной) информации потребителей, полученной при заключении и исполнении договора;

7) возмещение материального ущерба и морального вреда в случае реализации товаров ненадлежащего качества, предполагающее создание механизмов рассмотрения претензий для оперативного, справедливого, прозрачного, доступного, безотлагательного и действенного урегулирования споров без излишних финансовых или иных издержек;

8) создание условий для защиты прав потребителей в электронной торговле на уровне, эквивалентном установленному в законодательстве государства-члена для других форм торговли, в том числе посредством:

а) предоставления потребителю возможности ознакомления, получения и постоянного доступа к электронной версии договора, как до оформления заказа, так и после, в течение всего срока действия заключенного с потребителем договора (даже в случае прекращения работы торговой площадки), при его наличии;

б) обеспечения неизменности условий договора, заключенного в электронной форме;

в) обеспечения доступа к редакции (версии) публичного договора, в случае изменения его условий после заключения договора, при его наличии;

г) распространения принципов защиты прав потребителей на цифровой контент («цифровые товары»);

д) предоставления потребителю возможности реализовать право на расторжение договора до вступления в физическое владение товаром (с обязательным информированием потребителя до заключения договора о возможных расходах, если они предусмотрены условиями договора, связанных с доставкой товара);

е) внедрения владельцами агрегаторов механизмов контроля и ответственности к продавцам за соблюдением требований законодательства государства-члена о защите прав потребителей;

Критерии добросовестной деловой практики для защиты прав потребителей в сфере розничной торговли товарами, приведенные в данном пункте не являются исчерпывающими и могут определяться с учетом практики правоприменения и (или) результатов анализа и оценки ситуации в сфере защиты прав потребителей, проводимой в соответствии с законодательством государства-члена.

6. К условиям, ущемляющим права потребителя, могут быть отнесены следующие:

1) освобождение или необоснованное ограничение ответственности продавца в случае причинения вреда жизни, здоровью и (или) имуществу потребителя в результате действий или бездействия данного продавца;

2) исключение или ограничение прав потребителя в случае полного или частичного невыполнения или ненадлежащего выполнения продавцом договорных обязательств;

3) заключение обязательного для потребителя соглашения, в соответствии с которым предоставление товара продавцом поставлено в зависимость от условия, реализация которого обусловлена исключительно волей данного продавца (к примеру, когда приобретение товара обусловлено обязательным приобретением другого товара или услуги);

4) предоставление продавцу возможности в одностороннем порядке изменять условия договора (в том числе любые признаки и характеристики товара, которые должны быть предоставлены потребителю в соответствии с данным договором) без наличия

правомерного основания, определенного в самом договоре, а также предоставление продавцу права в одностороннем порядке расторгать договор без соблюдения норм законодательства государства-члена;

5) предоставление продавцу права определять соответствие поставленных товаров договору либо предоставление ему исключительного права осуществлять толкование любого из условий договора;

6) установление различной стоимости товара в зависимости от вида оплаты товара (к примеру, когда стоимость товара при приеме платежей с использованием банковских карт, отличается от оплаты наличными);

7) отказ продавца от заключения договора при предъявлении к оплате мелких монет, либо ввиду отсутствия у продавца разменных денег, либо отказ продавца выдать сдачу покупателю (потребителю);

8) предоставление продавцу возможности определять цену товара в момент доставки, либо изменять цену товара в процессе исполнения договора без предоставления потребителю права расторгнуть договор (к примеру, когда итоговая цена является чрезмерно высокой по отношению к цене, согласованной в момент заключения договора);

9) ограничение ответственности продавца за соблюдение сроков доставки товара, приобретенного дистанционным способом, в том числе посредством электронной торговли;

10) ограничение права потребителя на обмен или возврат товара надлежащего качества, проданного по образцу, или посредством электронной торговли, если он не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру либо комплектации;

11) ограничение права потребителя на обмен и возврат товара надлежащего качества, приобретенного в рамках маркетинговых акций

(«Товары со скидками», «Два по цене одного», «Третий товар бесплатно» и т.п.), либо ограничение права потребителя на расторжение договора, в связи с выявлением недостатков в товарах (или в одном из товаров), приобретенных в рамках таких маркетинговых акций;

12) предоставление продавцу права не возвращать уплаченную денежную сумму за непредоставленный товар в случае расторжения договора;

13) ограничение ответственности продавца по обязательствам, принятым его представителями;

14) предоставление продавцу возможности передавать свои права или обязанности по договору третьим лицам без согласия потребителя;

15) предоставление продавцу возможности сокращения установленного изготовителем гарантийного срока обслуживания товара;

16) установление обязанности потребителя доказывать право на предъявление претензии в связи с недостатком товара, выявленного в течение гарантийного срока, путем предоставления товарного или кассового чека на покупку такого товара;

17) установление обязанности потребителя выполнить все обязательства, независимо от выполнения обязательств продавцом;

18) исключение или ограничение прав потребителя на подачу иска, или использования любого другого средства правовой защиты, а также законных способов доказывания существенных обстоятельств спора;

19) предоставление продавцу права на возмещение убытков потребителю, в размере, ограниченном определенной суммой;

20) возложение на потребителя расходов по проведению экспертизы товара в случае спора о причинах возникновения недостатков товара;

21) непредоставление потребителю полной информации о заключаемом договоре, включая приложения и (или) иные документы, являющиеся неотъемлемой частью договора.

Условия, ущемляющие права потребителей, приведенные в данном пункте не являются исчерпывающими и могут определяться с учетом практики правоприменения и (или) результатов анализа и оценки ситуации в сфере защиты прав потребителей, проводимой в соответствии с законодательством государства-члена.
