



ЕВРАЗИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ КОЛЛЕГИЯ

РЕКОМЕНДАЦИЯ

«11» мая 2023 г.

№ 10

г. Москва

Об общих подходах к защите прав потребителей в электронной торговле

Коллегия Евразийской экономической комиссии в соответствии с пунктом 4.12.4 Стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года, утвержденных Решением Высшего Евразийского экономического совета от 11 декабря 2020 г. № 12, и пунктом 6 плана мероприятий по реализации Программы совместных действий государств – членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей (приложение к Программе, утвержденной распоряжением Евразийского межправительственного совета от 21 июня 2022 г. № 12),

принимая во внимание, что права потребителей и их защита гарантируются законодательством государств – членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей, а также Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года,

рекомендует государствам – членам Евразийского экономического союза (далее – Союз) с даты опубликования настоящей Рекомендации на официальном сайте Союза при разработке нормативных правовых актов, регулирующих вопросы защиты прав

потребителей, учитывать общие подходы к защите прав потребителей в электронной торговле, размещенные на официальном сайте Союза по адресу: https://eec.eaeunion.org/upload/files/depsanmer/zpp_e-commerce.pdf.

Председатель Коллегии
Евразийской экономической комиссии



М. Мясникович

ОБЩИЕ ПОДХОДЫ

к защите прав потребителей в электронной торговле

1. Настоящий документ разработан в целях сближения законодательства государств – членов Евразийского экономического союза (далее соответственно – государства-члены, Союз) в части защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг), предназначенных для личных (бытовых) нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, посредством электронной торговли.

2. Для целей настоящего документа используются понятия, которые означают следующее:

«интернет-магазин» – информационный ресурс, размещенный в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть Интернет) и позволяющий заключить с потребителем договор купли-продажи товаров (договор на выполнение работ, оказание услуг), на основании ознакомления потребителя с предложенным на нем продавцом (исполнителем, изготовителем) описанием товара (работы, услуги), его стоимости, способах и условиях выполнения договора, оплаты и доставки;

«продавец» – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую и (или) профессиональную деятельность в соответствии с законодательством государства-члена, реализующее товары (работы, услуги) посредством сети Интернет самостоятельно (через интернет-магазин, электронную торговую площадку, социальные интернет-сети), и (или) с использованием иных сайтов, мобильных

приложений, адаптированных для продвижения и реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом;

«электронная торговая площадка» – программно-аппаратный комплекс, обеспечивающий с использованием сети Интернет взаимодействие продавцов и потребителей, и позволяющий заключить между потребителем и продавцом договор купли-продажи товаров (договор на выполнение работ, оказание услуг), на основании ознакомления потребителя с предложенным на нем продавцом (исполнителем, изготовителем) описанием товара (работы, услуги), его стоимости, способах и условиях выполнения договора, оплаты и доставки.

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

3. В целях применения настоящего документа, под электронной торговлей подразумевается реализация товаров (работ, услуг) по договору купли-продажи товаров (договору на выполнение работ, оказание услуг), заключаемому на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом (исполнителем, изготовителем) описанием, в том числе изображением товара (работы, услуги), с использованием сети Интернет через интернет-магазины, иные сайты в сети Интернет, адаптированные для реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом (электронные торговые площадки, социальные интернет-сети).

4. Электронная торговая площадка может оказывать услуги по осуществлению расчетов за товары, их хранению и доставке, рекламные и иные услуги потребителям, а также выступать в качестве продавца товаров.

5. Гарантии и защита прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) посредством электронной торговли обеспечиваются на уровне не ниже, чем это предусмотрено законодательством государств-членов и Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года для других форм торговли.

6. Соблюдение прав потребителей, установленных законодательством государства-члена, является обязанностью интернет-магазина, электронной торговой площадки, а также продавца, реализующего товары (услуги, работы) посредством сети Интернет.

7. Электронная торговая площадка оказывает содействие продавцам и потребителям в коммуникации и разрешении споров между ними, а также принимает меры по соблюдению продавцами требований законодательства о защите прав потребителей.

8. Хозяйствующий субъект, реализующий товары посредством электронной торговли в государстве-члене, являющемся местом жительства потребителя или направляющий (ориентирующий) свою деятельность, связанную с осуществлением электронной торговли на территорию государства-члена, являющегося местом жительства потребителя, несет ответственность за нарушение прав потребителей, предусмотренную законодательством такого государства-члена;

9. Перечень информации, представляемой потребителю при реализации товаров (работ, услуг) посредством электронной торговли формируется с учетом 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».

10. Информация, предоставляемая потребителю о цене и условиях приобретения товара (работы, услуги), включает следующие сведения:

полная сумма, подлежащая выплате потребителем, – при оплате товара (работы, услуги) через определенное время после его передачи (выполнении) потребителю;

способ определения цены и график погашения соответствующей суммы – в случае, если ввиду характера товара (работы, услуги) цена не может быть определена заранее;

способы и сроки доставки товара, стоимость и условия оплаты доставки товара;

необходимость оплаты или возможность неуплаты расходов за перевозку, доставку, почтовых сборов и иных расходов;

общая стоимость, включающая совокупные расходы за период оплаты, – при заключении договора с потребителем на неопределенный срок или договора с потребителем, предусматривающего абонентскую плату (подписку). В случае, если в договоре с потребителем устанавливается фиксированная цена, под общей стоимостью понимаются совокупные расходы за месяц (в случае, если совокупные расходы не могут быть определены заранее, указывается способ определения цены);

информация о формах и способах оплаты товара (работы, услуги).

При этом потребителю обеспечивается возможность выбора способа оплаты товара (работы, услуги) из предложенных электронной торговой площадкой, интернет-магазином, продавцом.

11. Хозяйствующий субъект, реализующий товары (работы, услуги) посредством электронной торговли, предоставивший потребителю недостоверную или неполную информацию о товаре (работе, услуге), на основании которой потребителем был заключен

договор купли-продажи (договор на выполнение работ, оказание услуг), несет ответственность за:

соблюдение прав потребителей, нарушенных в результате передачи потребителю товара (результата выполнения работы, оказания услуги) ненадлежащего качества;

убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему такой информации.

12. Перечень недобросовестных действий хозяйствующих субъектов в отношении потребителей формируется:

с учетом принципов и критериев добросовестной деловой практики, указанных в рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 12 января 2021 г. № 1 «О принципах и критериях добросовестной деловой практики в отношении потребителей в сфере розничной торговли товарами»;

в целях недопущения практики оказания влияния на поведение потребителей (в том числе посредством объявлений о снижении цен, не соответствующих действительности, применения пользовательского интерфейса или иных цифровых решений, специально созданных для введения в заблуждение или принуждения потребителей к приобретению товаров (работ, услуг), и т.п.).

13. Потребителю обеспечивается возможность отказаться от товара (результата выполнения работы, услуги), приобретенного посредством электронной торговли, в любое время до его передачи, а после передачи товара (результата выполнения работы, услуги) – в срок не менее четырнадцати календарных дней, при этом сроки возврата денежной суммы, уплаченной потребителем по договору, не должны превышать семи календарных дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования.

14. Разрешение споров в электронной торговле:

может осуществляться посредством государственных информационных ресурсов, при их наличии, а также информационных ресурсов, создаваемых хозяйствующими субъектами для онлайн-разрешения споров;

основывается на возможности самостоятельного выбора потребителем органа (онлайн площадки), компетентного разрешать такие споры и решения которого подлежат исполнению в соответствии с законодательством, действующим на территории государства-члена, являющемся местом жительства потребителя, либо на усмотрение потребителя, в соответствии с нормами международного права.

15.Сроки рассмотрения электронной торговой площадкой, интернет-магазином, продавцом претензии потребителя не должны превышать десяти календарных дней со дня ее предъявления.

16. Уполномоченные органы государств-членов в сфере защиты прав потребителей развивают сотрудничество по предупреждению, выявлению и пресечению нарушений законодательства государств-членов о защите прав потребителей резидентами государств-членов, включая обмен информацией о выявленных на внутреннем рынке нарушениях прав потребителей, в том числе на основании запросов уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей.
