





Институт законодательства и сравнительного правоведения  
при Правительстве Российской Федерации

---

# ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: В ПОИСКАХ ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ

*Монография*

Ответственные редакторы  
*С.А. Сеницын, М.Л. Шелютто*

Москва  
ООО «ЮРИДИЧЕСКАЯ ФИРМА КОНТРАКТ»  
2021

УДК ???  
ББК ???  
З??

*Одобрено секцией «Частное право» ученого совета  
Института законодательства и сравнительного правоведения  
при Правительстве Российской Федерации*

Рецензенты:

**А.Е. Шерстобитов** — профессор кафедры гражданского права юридического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, доктор юридических наук, профессор;

**С.А. Чеховская** — ведущий научный сотрудник Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, кандидат юридических наук.

**З??** **Защита прав потребителей: в поисках оптимальной модели:** монография / П.Д. Багрянская, М.О. Дьяконова, П.П. Кабытов и др.; отв. ред. С.А. Сеницын, М.Л. Шелютто; Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации. — М.: ООО «ЮРИДИЧЕСКАЯ ФИРМА КОНТРАКТ», 2021. — 268 с.

ISBN 978-5-6045252-2-7

Законодательство о защите прав потребителей является одной из динамично развивающихся сфер правового регулирования в общемировом масштабе, объединяющей подходы гражданского, административного, процессуального права в достижении общей цели эффективной и полноценной защиты интересов потребителей. Российское законодательство не является исключением. Развитие трансграничной торговли, рост новых технологий и фрагментарность отраслевого регулирования ставят новые задачи, требующие сбалансированных решений с опорой на богатый опыт не только российского, но и зарубежного потребительского законодательства, науки и практики.

В связи с этим в представленной монографии исследован опыт Европейского союза в гармонизации норм, направленных на защиту прав потребителей, а также опыт ряда зарубежных стран (Бельгии, Бразилии, Великобритании, Италии, США, Франции). На основе проведенного анализа предложены меры по актуализации отечественного законодательства о защите прав потребителей.

Для научных работников, преподавателей, аспирантов, практикующих юристов, а также для всех, кто интересуется вопросами защиты прав потребителей.

**УДК ???**  
**ББК ???**

The Institute of Legislation and Comparative Law  
under the Government of the Russian Federation

---

**CONSUMER  
PROTECTION:  
IN SEARCH  
OF THE OPTIMAL MODEL**

*Monograph*

Editors in chief  
*S.A. Sinitsyn, M.L. Shelyutto*

Moscow  
LAW FIRM CONTRACT  
2021

*Approved by the Private Law section of the Academic Council  
of the Institute of Legislation and Comparative Law  
under the Government of the Russian Federation*

Reviewers:

**A.E. Sherstobitov** — professor at the department of civil law of the law faculty of the Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Doctor of Law, Professor;

**S.A. Chekhovskaya** — leading researcher at the Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation, Ph.D.

**Consumer Protection: in Search of the Optimal Model:** Monograph / P.D. Bagryanskaya, M.O. Diakonova, P.P. Kabytov et al.; ed. in chief S.A. Sinitsyn, M.L. Shelyutto; The Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation. — M.: LAW FIRM CONTRACT, 2021. — 268 p.

ISBN 978-5-6045252-2-7

The legislation on consumer protection is one of the dynamically developing areas of legal regulation on a global scale, combining the approaches of civil, administrative, procedural law in achieving the common goal of effective consumer protection. The Russian legislation is no exception in this regard. The development of cross-border trade, the growth of high technologies and fragmentation of regulation pose new challenges to the legislation on consumer protection, requiring balanced solutions based on the rich experience of not only Russian, but also foreign legislation, science and practice.

The presented monograph examines the experience of the European Union in the harmonization of norms aimed at protecting consumer rights, as well as the experience of a number of foreign countries (Belgium, Brazil, Great Britain, Italy, the USA, France). Based on the analysis, measures are proposed to update the domestic legislation on consumer protection.

For academics, teachers, postgraduate students, legal practitioners and anyone interested in consumer protection.

## АВТОРСКИЙ КОЛЛЕКТИВ

**Багрянская П.Д.**, специалист отдела гражданского законодательства и процесса Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации (далее — ИЗИСП) — § 4, 5 гл. I; § 1 гл. II (в соавторстве с М.О. Дьяконовой, М.Л. Шелютто); § 8, 9 гл. II (в соавторстве с М.О. Дьяконовой);

**Дьяконова М.О.**, старший научный сотрудник отдела гражданского законодательства и процесса ИЗИСП, кандидат юридических наук — § 1, 6 гл. I; § 1 гл. II (в соавторстве с П.Д. Багрянской, М.Л. Шелютто); § 8, 9 гл. 2 (в соавторстве с П.Д. Багрянской);

**Кабытов П.П.**, научный сотрудник отдела административного законодательства и процесса ИЗИСП — § 7 гл. II (в соавторстве с О.Е. Стародубовой);

**Синицын С.А.**, ведущий научный сотрудник отдела гражданского законодательства и процесса ИЗИСП, доктор юридических наук, — введение; § 3 гл. I; § 6.2 гл. II;

**Стародубова О.Е.**, научный сотрудник отдела административного законодательства и процесса ИЗИСП — § 7 гл. II (в соавторстве с П.П. Кабытовым);

**Чагина Е.М.**, старший специалист отдела гражданского законодательства и процесса ИЗИСП — § 2 гл. I; § 2 — 4, 6.1 гл. II;

**Шелютто М.Л.**, ведущий научный сотрудник отдела гражданского законодательства и процесса ИЗИСП, кандидат юридических наук — § 7 гл. I; § 1 гл. II (в соавторстве с П.Д. Багрянской, М.О. Дьяконовой), § 5 гл. II;

**Шукин А.И.**, ведущий научный сотрудник отдела международного частного права ИЗИСП, кандидат юридических наук — гл. III.

## AUTHORS

**Bagryanskaya P.D.**, specialist of the department of civil legislation and procedure of the ILCL — § 4, 5 of chapter I; § 1 of chapter II (in collaboration with M.O. Diakonova, M.L. Shelyutto); § 8, 9 of chapter II (in collaboration with M.O. Diakonova);

**Chagina E.M.**, senior specialist of the department of civil legislation and procedure of the ILCL — § 2 of chapter I; § 2 — 4, 6.1 of chapter II;

**Diakonova M.O.**, senior researcher at the department of civil legislation and procedure of the ILCL, PhD — § 1, 6 of chapter I; § 1 of chapter II (in collaboration with P.D. Bagryanskaya, M.L. Shelyutto), § 8, 9 of chapter II (in collaboration with P.D. Bagryanskaya);

**Kabytov P.P.**, researcher at the department of administrative legislation and procedure of the ILCL — § 7 of chapter II (in collaboration with O.E. Starodubova);

**Shchukin A.I.**, leading researcher at the department of international private law of the ILCL — chapter III;

**Sinitsyn S.A.**, leading researcher at the department of civil legislation and procedure of the ILCL, Doctor of Law — introduction; § 1 of chapter I; § 6.2 of chapter II;

**Shelyutto M.L.**, leading researcher at the department of civil legislation and procedure of the ILCL, PhD — § 7 of chapter I; § 1 of chapter II (in collaboration with P.D. Bagryanskaya, M.O. Diakonova), § 5 of chapter II;

**Starodubova O.E.**, researcher at the department of administrative legislation and procedure of the ILCL — § 7 of chapter II (in collaboration with P.P. Kabytov).



# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ПРИНЯТЫЕ СОКРАЩЕНИЯ</b> .....	13
----------------------------------	----

<b>ВВЕДЕНИЕ: ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ</b> .....	14
---	----

## **Глава I**

<b>ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО: ОПЫТ НАЦИОНАЛЬНОГО И МЕЖГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ</b> .....	18
---	----

<b>§ 1.</b> Обзор развития законодательства Европейского союза в сфере защиты прав потребителей .....	18
<b>§ 2.</b> Законодательство Бельгии о защите прав потребителей .....	29
<b>§ 3.</b> Законодательство о защите прав потребителей во Франции .....	37
<b>§ 4.</b> Кодификация законодательства в сфере защиты прав потребителей в Италии .....	49
<b>§ 5.</b> Кодификация законодательства в области защиты прав потребителей в Бразилии .....	57
<b>§ 6.</b> Законодательные подходы к защите прав потребителей в США .....	73
<b>§ 7.</b> Законодательство Великобритании в области защиты прав потребителей .....	83

## **Глава II**

<b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ</b> .....	91
---	----

<b>§ 1.</b> Система законодательства в области защиты прав потребителей .....	91
<b>§ 2.</b> Обеспечение права потребителя на информацию .....	93
<b>§ 3.</b> Защита персональных данных потребителей .....	108

## Оглавление

§ 4. Несправедливые договорные условия и недобросовестные коммерческие практики .....	122
§ 5. Совершенствование регулирования права потребителя на отказ от договора .....	136
§ 6. Модернизация законодательства в части гражданско-правовой ответственности хозяйствующих субъектов за нарушение прав потребителей .....	150
6.1. Унификация гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей .....	150
6.2. Законная неустойка как мера защиты прав потребителей: вопросы гармонизации и повышения эффективности законодательства .....	162
§ 7. Административная ответственность за нарушение прав потребителей .....	174
§ 8. Судебная форма защиты прав потребителей .....	184
8.1. Унификация правил доказывания по спорам, возникающим в сфере защиты прав потребителей .....	184
8.2. Защита прав потребителей в рамках группового производства .....	188
§ 9. Альтернативное урегулирование споров с участием потребителей .....	199

## Глава III

<b>ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ТРАНСГРАНИЧНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ СПОРАМ</b> .....	226
---	-----

<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	254
-------------------------	-----

<b>ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНЫХ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТОВ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ</b> .....	262
--	-----

# CONTENTS

<b>LIST OF ABBREVIATIONS</b> .....	13
<b>INTRODUCTION: GENERAL PROVISIONS ON CONSUMER LEGISLATION IN RUSSIA AND ABROAD</b> .....	14
<b>Chapter I CONSUMER LEGISLATION: THE EXPERIENCE OF NATIONAL AND INTERSTATE REGULATION</b> .....	18
§ 1. Review of development of the European Union legislation in the field of consumer protection .....	18
§ 2. Belgian legislation on consumer protection .....	29
§ 3. Consumer protection legislation in France .....	37
§ 4. Codification of consumer protection legislation in Italy .....	49
§ 5. Codification of consumer protection legislation in Brazil .....	57
§ 6. Legislative approaches to consumer protection in the United States .....	73
§ 7. British legislation in the field of consumer protection .....	83
<b>Chapter II PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF RUSSIAN LEGISLATION IN THE FIELD OF CONSUMER PROTECTION</b> .....	91
§ 1. System of legislation in the field of consumer protection .....	91
§ 2. Ensuring consumers' right to information .....	93
§ 3. Protection of consumers' personal data .....	108
§ 4. Unfair contractual terms and unfair commercial practices .....	122
§ 5. Improvement of regulation of the consumer's right to withdraw from a contract .....	136

*Contents*

§ 6. Modernization of the legislation on civil liability of business entities for violations of consumer rights .....	150
6.1. Unification of civil liability for violation of consumer rights .....	150
6.2. Legitimate penalty as a measure of consumer protection: issues of harmonization and improvement of legislation.....	162
§ 7. Administrative liability for violation of consumer rights.....	174
§ 8. Judicial form of consumer protection .....	184
8.1. Unification of evidentiary rules in disputes arising in the field of consumer protection .....	184
8.2. Protection of consumer rights in class actions .....	188
§ 9. Alternative settlement of disputes involving consumers .....	199
<b>Chapter III</b> <b>SELECTED ISSUES OF JUDICIAL</b> <b>PRACTICE IN CROSS-BORDER</b> <b>CONSUMER DISPUTES .....</b>	<b>226</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>254</b>
<b>APPENDIX: LIST OF BASIC</b> <b>REGULATIONS IN THE FIELD</b> <b>OF CONSUMER PROTECTION</b> <b>IN FOREIGN COUNTRIES .....</b>	<b>262</b>

## **ПРИНЯТЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

### **НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ**

АПК РФ — Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации

Воздушный кодекс РФ — Воздушный кодекс Российской Федерации

ГК РФ — Гражданский кодекс Российской Федерации

ГПК РФ — Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации

Закон о персональных данных — Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»

Закон о защите прав потребителей — Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»

Закон о потребительском кредите (займе) — Федеральный закон от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»

КАС РФ — Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации

КоАП РФ — Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях

Конституция РФ — Конституция Российской Федерации

НК РФ — Налоговый кодекс Российской Федерации

### **ПРОЧИЕ СОКРАЩЕНИЯ**

Верховный Суд РФ — Верховный Суд Российской Федерации

Высший Арбитражный Суд РФ — Высший Арбитражный Суд Российской Федерации

Конституционный Суд РФ — Конституционный Суд Российской Федерации

Правительство РФ — Правительство Российской Федерации

# **ВВЕДЕНИЕ: ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

Оценивая состояние и перспективы развития законодательства о защите прав потребителей в российском и зарубежном праве, можно констатировать межотраслевое единство правового регулирования и необходимость координации подходов гражданского, административного, конкурентного, гражданского процессуального права в достижении общей цели всемерной защиты интересов потребителей при возложении дополнительных обязанностей на профессиональных участников оборота — бизнес.

В современных зарубежных правовых системах не сложилось единообразных и универсальных подходов к регулированию и систематизации потребительских отношений, которые в действительности являются комплексными, требуя одновременно:

- специальной нормативной регламентации средств и механизмов защиты, соблюдения прав потребителей при экономическом давлении и господстве на рынке крупных производителей продукции и сбытовых сетей, что объясняет наличие преимущественно императивных норм в потребительском законодательстве;

- ограничения и сдерживания предпринимательских свобод в пользу непрофессионала-потребителя (возложение на предпринимателя в силу закона дополнительных обязанностей и ограничение его договорных свобод в формулировке условий сделок, установление обязанностей в пользу потребителя, действие специальных правил отказа и расторжения договоров по требованиям потребителя и т.д.), приобретающего товар для целей личного использования и потребления, не связанных с коммерцией (информационно и экономически слабой стороны гражданского правоотношения);

- определения полномочий потребительских обществ и организаций, действующих на началах самоорганизации и саморегулирования;

- определения компетенции органов исполнительной власти, полномочных выявлять и расследовать нарушения прав потребителей в административном порядке с применением к нарушителям санкций;

- установления особенностей и специального порядка разрешения судебных споров с участием потребителей.

Таким образом, можно утверждать, что защита прав потребителей осуществляется функционалом как частного, так и публичного права и их арсенал является взаимодополняющим. В целом же охрана и обеспечение эффективной защиты прав потребителей относятся к приоритетным направлениям развития современных правопорядков, ориентированных на построение гражданского общества, правового и социального государства.

Право Европейского союза, как правило, закрепляет общие направления по сближению и развитию национальных законодательств для обеспечения единого европейского рынка. В условиях цифровой экономики видоизменяются объем и содержание потребительских правоотношений. Потребительское право с полным основанием может быть отнесено к интенсивно развивающимся и неоднородным сферам правового регулирования с преобладающей последовательностью ограничений свободы договора, автономии воли и диспозитивности<sup>1</sup>.

Национальные законодательства закрепляют различные объем, виды, условия реализации прав потребителей, избирая при этом индивидуальные способы систематизации и обособления законодательства о защите прав потребителей. Необходимо отметить, что известный правовым системам современности опыт кодификации, консолидации, унификации законодательства о защите прав потребителей сам по себе не является эффективным средством и образцом построения оптимальной системы гарантий и защиты прав и законных интересов потребителей, баланса интересов бизнеса и потребителя, поскольку решающее значение имеет эффективность конкретных правовых средств и предусмотренных законом механизмов защиты.

Анализ зарубежного опыта не позволяет также проследить зависимость уровня гарантий охраны и защиты интересов потребителя от существующих приемов систематизации законодательства. Кроме того, значение, место и иерархия кодифицированных актов законодательства в правовых системах современности определяются различно, нередко означая только прием юридической техники<sup>2</sup>.

Принятый Еврокомиссией 13 ноября 2020 г. стратегический документ «Новая потребительская повестка дня: повышение устойчи-

---

<sup>1</sup> См.: *Schmoeckel M., Rückert J., Zimmermann R.* Historisch-kritischer kommentar zum BGB herausg. Tübingen, 2007. Bd. II. Schuldrecht: Allgemeiner Teil. S. 128–139; *Штурвиндт А.М.* Ограничение свободы договора в целях защиты прав потребителей в российском и европейском частном праве. М., 2014.

<sup>2</sup> См.: *Кабрияк Р.* Кодификации. М., 2007. С. 108; *Маковский А.Л.* О кодификации гражданского права. М., 2010. С. 5–9.

ности потребителей для устойчивого восстановления» (*New Consumer Agenda Strengthening consumer resilience for sustainable recovery*)<sup>1</sup>, иные документы Европейского союза не предусматривают обязанности для государств-членов по кодификации национального потребительского законодательства.

Оптимальность моделей систематизации потребительского законодательства predetermined исторически сложившимися особенностями развития конкретных правовых систем. Заимствование опыта зарубежных государств в выборе формы и вида систематизации законодательства о защите прав потребителей должно полагаться на обоснованные разработчиками таких законодательных инициатив критерии рациональной и экономической целесообразности, эффективности, повышение гарантий правового статуса потребителя в гражданском обороте. Невозможно не учитывать неразрывность системных и структурных связей потребительского законодательства с общими и специальными нормами права. В силу объективной predeterminedности норм потребительского законодательства общими нормами договорного права создание замкнутой и обособленной в системе права и законодательства структуры потребительского права создает риски нарушения баланса единства и дифференциации правового регулирования и систематизации права за счет дублирования и гибридизации уже имеющихся в общих нормах гражданского права моделей. Именно так в Австрии в XX в. обстояло дело с развитием потребительского права, сторонники выделения которого выступали за включение в специальный закон (*Kosumentenschutzgesetz*) норм, определяющих последствия неясности договорных условий сделок при наличии такого регулирования в Австрийском гражданском уложении (*Allgemeines bürgerliches Gesetzbuch, ABGB*). В результате рациональная оценка приведенных предложений привела к отказу от их реализации в законодательстве и сохранению общих норм гражданского законодательства и специальных, формирующих дополнительные гарантии потребителям в осуществлении и защите гражданских прав<sup>2</sup>.

В постоянно усложняющихся социально-экономических отношениях внимание к вопросам систематизации законодательства о защите прав потребителей не может заменить собой необходимости его непрерывной актуализации. Само законодательство о защите

---

<sup>1</sup> URL: [https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/consumer-strategy\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/consumer-strategy_en)

<sup>2</sup> См.: Das Allgemeine Bürgerliche Gesetzbuch / hsg. R. Dittrich, H. Tades. Wien, 1994; Koziol H., Welser R. Bürgerliches Recht. Wien, 2006. S. 11.



прав потребителей может быть отнесено к наиболее динамично развивающимся и социально ориентированным нормативным массивам, вопросы определения его места в системе права и законодательства сохраняют значение, но все-таки не являются первичными.

В российском праве сформированы прочный научно-практический фундамент и условия стабильного развития законодательства о защите прав потребителей, что с полным основанием может рассматриваться как условие роста социально ориентированной экономики и цивилизованного рынка<sup>1</sup>.

Гармонизация европейского права, развитие интернет-торговли, рост новых технологий и вовлечение в их использование населения ставят новые задачи, требующие сбалансированных решений с опорой на богатый опыт не только российских, но и зарубежных науки, законодательства, практики. Необходима и актуализация сложившегося законодательства о защите прав потребителей, и разработка новых правил, обеспечивающих защиту прав потребителей в цифровом обороте.

---

<sup>1</sup> См.: *Шерстобитов А.Е.* Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей. М., 1993; *Левшина Т.Л.* Основы законодательства о защите прав потребителей. М., 1994.

# Глава I

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО: ОПЫТ НАЦИОНАЛЬНОГО И МЕЖГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

### § 1. ОБЗОР РАЗВИТИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Договором об учреждении Европейского экономического сообщества за ним была закреплена законодательная компетенция, впоследствии перешедшая Европейскому союзу (далее — ЕС, Евросоюз, Европейский союз), в области защиты прав потребителей, которая проявляется в установлении минимальных требований защиты потребителей. Государства — члены ЕС вправе усиливать принятые Европейским союзом защитные меры, которые должны соответствовать учредительным договорам и быть доведены до сведения Европейской комиссии.

Правотворческая компетенция Европейского союза в области защиты прав потребителей заключается в установлении единообразных правил и норм на европейском уровне, которые действуют непосредственно (унификация) или в соответствии с которыми государства — члены ЕС обязаны приводить свое национальное законодательство к единообразию (гармонизация)<sup>1</sup>.

Научные исследования показывают, что круг вопросов, которые входят в предмет правового регулирования ЕС в сфере защиты прав потребителей, шире, чем круг вопросов, которые решаются законодательством о правах потребителей в Российской Федерации. Правовая политика ЕС не только охватывает защиту прав на получение качественных товаров, работ и услуг, защиту здоровья и безопасности потребителей, предоставление достаточной информации о товаре и его изготовителе, предоставление дополнительных прав при заключении потребительских сделок и гарантии реализации этих прав, но и учитывает трансграничный характер взаимоотношений между потребителями и предпринимателями, который предполагает предоставление потребителям дополнительных гарантий защиты своих

---

<sup>1</sup> См.: *Арабей Е.А.* Правовые аспекты деятельности Европейского союза в области защиты прав потребителей: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2014. С. 71.

прав и необходимость координации деятельности национальных и наднациональных органов по защите прав потребителей<sup>1</sup>.

В целом история развития европейского законодательства в области защиты прав потребителей показывает повышение внимания к политике усиления защиты потребительских прав, постепенное расширение и углубление компетенции ЕС, принятие обязательных для применения государствами — членами ЕС директив, сближение и гармонизацию национальных правовых систем.

**Развитие европейского законодательства в сфере защиты прав потребителей.** На уровне Европейского экономического сообщества первыми документами, в которых защита прав потребителей обозначалась как отдельная сфера его компетенции, стали программы по защите прав потребителей, которые начали приниматься с 1975 г. Первые программы 1975 г.<sup>2</sup> и 1981 г.<sup>3</sup> выделили основные права потребителя:

- 1) право на охрану жизни, здоровья потребителя и, соответственно, безопасность товаров (услуг);
- 2) право на защиту экономических интересов;
- 3) право на возмещение причиненных убытков;
- 4) право на информацию и просвещение;
- 5) право на представительство (право быть услышанным).

Были обозначены основные задачи Европейского экономического сообщества в области осуществления потребительской политики:

- защита экономических интересов потребителей;
- информирование потребителей и оказание помощи в защите их прав;
- закрепление способов возмещения причиненного потребителю ущерба;
- проведение консультаций с представителями потребителей при подготовке актов, затрагивающих их интересы.

Отдельное внимание уделялось вопросам обеспечения безопасности продукции путем гармонизации законодательства государств-членов, существующего в данной области.

<sup>1</sup> См.: *Арабей Е.А.* Указ. соч. С. 74, 75.

<sup>2</sup> Council Resolution of 14 April 1975 on a preliminary programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31975Y0425%2801%29>

<sup>3</sup> Council Resolution of 19 May 1981 on a second programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C\\_.1981.133.01.0001.01.ENG&toc=OJ%3AC%3A1981%3A133%3ATOC](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C_.1981.133.01.0001.01.ENG&toc=OJ%3AC%3A1981%3A133%3ATOC)

В рамках реализации указанных программ был издан ряд актов, которые в основном носили фрагментарный характер и касались отдельных сфер регулирования в данной сфере: Директива от 10 сентября 1984 г. № 84/450/ЕЭС «О координации законодательства государств-членов о рекламе, вводящей в заблуждение»<sup>1</sup>; Директива от 20 декабря 1985 г. № 85/577/ЕЭС «О защите потребителя в отношении договоров, заключаемых вне помещения, предусмотренного для осуществления предпринимательской деятельности»<sup>2</sup>. В этот же период была принята Директива от 25 июля 1985 г. № 85/374/ЕЭС «Относительно сближения законодательств государств-членов, касающихся ответственности за выпуск неисправной продукции»<sup>3</sup>, имеющая концептуальное значение и формирующая институт ответственности производителя, причем по отношению не только к потребителям, но и к работникам. Данная Директива предусматривает, что производитель или поставщик строго обязан возместить потребителю любой ущерб, причиненный дефектным продуктом. При этом под дефектной продукцией понимается такая продукция, которая не соответствует ожиданиям потребителя.

Со вступлением в силу в 1986 г. Единого европейского акта (*Single European Act*) все инициативы в области защиты потребителей стали рассматриваться в рамках осуществления стратегии по созданию единого внутреннего рынка.

9 ноября 1989 г. была одобрена Резолюция «О дальнейших приоритетных направлениях политики защиты потребителей»<sup>4</sup>, в которой указывались следующие основные направления:

- 1) включение политики защиты прав потребителей в общую политику Сообщества по созданию объединенного рынка;
- 2) совершенствование представительства потребителей в органах Сообщества;

---

<sup>1</sup> Council Directive 84/450/EEC of 10 September 1984 relating to the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning misleading advertising. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31984L0450>

<sup>2</sup> Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31985L0577>

<sup>3</sup> Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A31985L0374>

<sup>4</sup> Council Resolution of 9 November 1989 on future priorities for relaunching consumer protection policy.

*§ 1. Обзор развития законодательства Европейского союза в сфере защиты...*

3) гарантирование безопасности товаров и услуг и обеспечение информации об их свойствах; обеспечение оптимальной работы службы оповещения о несчастных случаях, вызванных потребительскими товарами, и о появлении опасных товаров; поощрение мероприятий по обеспечению высокой безопасности товаров для детей и т.д.;

4) поощрение государств-членов (без вмешательства в их внутреннее законодательство) к развитию эффективной системы возмещения ущерба; изучение возможности доступа к правосудию при возникновении споров, вытекающих из отношений с иностранным элементом;

5) завершение работы над проектом директивы Совета ЕС о недобросовестных условиях договоров и об общей политике в области информации потребителей.

В дальнейшем в соответствии с указанной Резолюцией Комиссия Европейских сообществ стала принимать трехлетние планы действий в отношении политики защиты прав потребителей (были приняты планы на 1990–1992 гг., 1992–1995 гг., 1996–1998 гг. 1999–2000 гг. и др.).

Затем были разработаны стратегии потребительской политики (2002–2006 гг., 2007–2013 гг.), что ознаменовало новый этап развития потребительского законодательства. В них обозначались следующие задачи:

1) усиление законодательства в отношении безопасности товаров во всех членах Союза;

2) усиление роли потребителей в политике ЕС путем создания Единого рынка и улучшения информирования потребителей;

3) повышение общего уровня защиты потребителей во всех государствах-членах;

4) эффективная реализация норм по защите потребителей (включая административное сотрудничество и возмещение при приобретении некачественных товаров);

5) участие организаций потребителей в осуществлении политики ЕС.

Указанные стратегические документы имели концептуальное значение и определяли приоритеты политики ЕС в области защиты потребителей, воплощенные в директивах, важнейшими из которых являются следующие.

5 апреля 1993 г. была принята Директива № 93/13/ЕЭС Совета Европейских сообществ «О несправедливых условиях в договорах с потребителями»<sup>1</sup>. Как указано в преамбуле к Директиве, «более эф-

<sup>1</sup> См.: Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A31993L0013>.

фективной защиты потребителей можно добиться, приняв единые нормы права по вопросу несправедливых условий в договорах с потребителями». Законодатель, воспринимая потребителя в качестве более слабой стороны в обязательствах, исходит из того, что защита потребителя от необдуманных поступков, от непрочитанных условий договора является прямой обязанностью ЕС. В связи с этим ст. 3 указанной Директивы к несправедливым условиям договора относит, в частности, условие, которое отдельно не оговаривалось сторонами, при этом потребитель не имел возможности повлиять на наличие либо отсутствие в договоре такого условия. Таким образом, законодатель старается облегчить работу для судов, давая характеристики несправедливым условиям, которые могут включаться в потребительские договоры<sup>1</sup>.

В целях обеспечения свободного движения услуг информационной сферы была издана Директива № 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС от 8 июня 2000 г. «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности об электронной коммерции»<sup>2</sup>, предусматривающая создание гармонизированной правовой системы по предоставлению электронных подписей и смежных услуг. Государства-члены должны гарантировать потребителям, что национальное правовое регулирование не препятствует заключению договоров посредством электронных средств коммуникации.

Директива № 2005/29/ЕС от 11 мая 2005 г. «О недобросовестных коммерческих практиках в отношениях между предпринимателями и потребителями на внутреннем рынке ЕС и об изменении Директивы № 34/450/ЕЭС, Директив № 97/7/ЕС, № 98/27/ЕС и № 2002/65/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС и Регламента (ЕС) № 2006/2004 Европейского парламента и Совета ЕС (“Директива о недобросовестных коммерческих практиках”)<sup>3</sup> устанавли-

---

<sup>1</sup> Подробнее о несправедливых условиях в потребительских договорах см. § 4 гл. II настоящей работы.

<sup>2</sup> Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce'). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32000L0031>

<sup>3</sup> Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) N 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive'). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

*§ 1. Обзор развития законодательства Европейского союза в сфере защиты...*

вает общие правила относительно той деятельности, которая является недобросовестной по отношению к потребителю. В приложении I к Директиве дан исчерпывающий перечень недобросовестных действий.

В соответствии с Директивой № 2005/29/ЕС существует два признака недобросовестных коммерческих действий:

– коммерческая деятельность противоречит требованиям профессиональной этики;

– коммерческая деятельность может существенно исказить экономическое поведение среднестатистического потребителя, на которого эта деятельность направлена<sup>1</sup>.

В отношении дистанционного маркетинга финансовых услуг действует Директива № 2002/65/ЕС от 23 сентября 2002 г. «О дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг и об изменениях Директивы Совета № 90/619/ЕЭС и Директив № 97/7/ЕС и № 98/27/ЕС»<sup>2</sup>, которая охватывает сразу два института защиты договорных прав и экономических интересов потребителей — финансовые услуги и дистанционные продажи. В Директиве определена информация, которую потребитель должен получить до заключения договора, установлены особенности реализации права на отказ от исполнения договора<sup>3</sup>, возложено бремя доказывания на поставщика и др.

Осознание того, что в условиях отсутствия единого регулирования потребительских отношений осуществление международной торговли становится менее выгодным и удобным и ведет к дискриминации прав потребителей при осуществлении покупок и оказании услуг в рамках единого внутреннего рынка, привело к принятию Директивы № 2011/83/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС от 25 октября 2011 г. «О правах потребителей, об изменении Директивы № 93/13/ЕЭС Совета ЕС и Директивы № 1999/44/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС и об отмене Директивы № 85/577/ЕЭС Совета ЕС и Директивы № 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС» (далее также — Директива о правах потребителей, Директива № 2011/83/ЕС)<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Подробнее о недобросовестных коммерческих практиках см. § 4 гл. II настоящей работы.

<sup>2</sup> Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services and amending Council Directive 90/619/EEC and Directives 97/7/EC and 98/27/EC. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32002L0065>

<sup>3</sup> См. об этом подробнее в § 5 гл. II настоящей работы.

<sup>4</sup> Directive 2011/83/EU of the European Parliament and the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/

Директива о правах потребителей состоит из преамбулы, шести глав, 35 статей и двух приложений.

Глава I «Предмет, определения и сфера применения» содержит определения ряда понятий, например таких, как: «потребитель», «продавец», «товар» и др.

Глава II «Информация для потребителей в отношении контрактов, кроме дистанционных контрактов или контрактов, заключаемых вне служебных помещений» состоит из одной статьи, определяющей информацию, которую должен представить продавец (изготовитель) до заключения договора с потребителем (за исключением дистанционных контрактов и контрактов, заключаемых вне служебных помещений). К этим сведениям относятся, например: основные характеристики товаров, услуг; сведения позволяющие идентифицировать продавца (торговое наименование, адрес регистрации, номер телефона); стоимость товаров (включая налоги и иные расходы, которые потребуются оплатить); срок действия договора; информация о существующих гарантиях соответствия товаров условиям договора, а также условиям обслуживания потребителя после продажи товара и др.

Глава III «Информация для потребителей и право на расторжение дистанционных контрактов и контрактов, заключаемых вне служебных помещений» касается информации, предоставляемой потребителю, и права на отказ от исполнения договоров, заключаемых на расстоянии и вне помещения. В ней описываются дополнительные сведения (по сравнению с требованиями гл. II) и закрепляется право на отказ. Форму отказа содержит приложение I.

Глава IV «Иные права потребителя» закрепляет общие правила осуществления поставки товара потребителю и устанавливает, что риск утраты или повреждения товара переходит к потребителю, только когда он или означенное им третье лицо (кроме перевозчика) получает материальное владение товаром.

Глава V «Общие положения» закрепляет обязанности государств-членов по введению эффективных средств обеспечения положений Директивы, а также закрепляет обязанность введения штрафов или иных мер, гарантирующих осуществление положений национального законодательства, имплементирующих положения Директивы; положения об обязательной природе Директивы, запрещающие отказ потребителя от прав, предусмотренных в нормах национального

---

EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council.  
URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32011L0083>



права, имплементирующих положения Директивы; условия имплементации.

Глава VI «Заключительные положения» содержит информацию об отмене Директив № 85/577/ЕЭС от 20 декабря 1985 г. «О защите потребителя в отношении договоров, заключаемых вне помещения, предусмотренного для осуществления предпринимательской деятельности», № 97/7/ЕС от 20 мая 1997 г. «О защите потребителя при заключении договоров на расстоянии», а также поправки к Директивам от 5 апреля 1993 г. «О несправедливых условиях договора с потребителями» и № 1999/44/ЕС от 25 мая 1999 г. «О продаже потребительских товаров и связанных гарантий», исходя из чего можно заключить, что Директива о правах потребителей консолидирует нормы, которые ранее содержались в четырех вышеуказанных директивах.

Кроме того, Директива о правах потребителей устанавливает условия осуществления гармонизации национального законодательства: «Государства-члены не должны применять или принимать положения национального законодательства, расходящиеся с положениями настоящей Директивы, включая более или менее жесткие требования по обеспечению другой степени защиты прав потребителей, если иное не предусмотрено данной Директивой». Такой подход получил название «полная гармонизация». Он отличается от принятого до середины 1990-х годов подхода, при котором ЕС определялись минимальные либо максимальные пределы, в рамках которых государства — члены ЕС могли осуществлять сближение законодательств. В данный момент проводится «полная гармонизация», т.е. имплементация конкретных положений Директивы на всей территории ЕС без диверсификации и фрагментации положений Директивы в разных государствах—членах ЕС. Таким образом, достигается наиболее полное единообразие законодательств путем гармонизации, которое все более схоже с результатом унификации норм права ЕС<sup>1</sup>.

Директива о правах потребителей является ключевым элементом системы защиты договорных прав и экономических интересов потребителей, так как содержит общие нормы о договорных правах потребителей, пересмотренные сквозь призму десятилетий судебной практики и отражающие наиболее современное положение потребителей в договорных отношениях.

В целях дальнейшего развития европейского законодательства Европейской комиссией был принят Регламент (ЕС) № 254/2014 Европейского парламента и Совета ЕС от 26 февраля 2014 г. о многолетней потребительской программе на 2014–2020 годы и об отме-

<sup>1</sup> См.: *Арабей Е.А.* Указ. соч. С. 123.

не решения № 1926/2006/ЕС (Программа на 2014–2020 гг.)<sup>1</sup>, который предполагает:

1) действия в отношении безопасности потребителей: развитие механизмов надзора за рынком в целях повышения эффективности обеспечения безопасности продукции;

2) действия в отношении прав потребителей на информацию и образование: улучшение образования, информированности и осведомленности потребителей о своих правах, развитие баз фактических данных для потребительской политики и поддержка потребительских организаций;

3) действия в отношении прав потребителей и компенсационных мероприятий: консолидация прав потребителей, в частности, посредством регуляторных мер и улучшение доступа к компенсационным выплатам, в том числе посредством дальнейшего развития механизма альтернативного разрешения споров;

4) действия в области реализации прав потребителей: дальнейшее развитие и усиление координации сотрудничества между национальными органами правоприменения государств — членов ЕС, а также предоставления потребителям консультаций по реализации их прав<sup>2</sup>.

В рамках выполнения поставленных задач была реализована инициатива «Новый курс для потребителей» (*New Deal for Consumers*)<sup>3</sup> путем принятия Директивы Европейского парламента и Совета ЕС № 2019/2161 от 27 ноября 2019 г. «О внесении изменений в Директиву Совета № 93/13/ЕЕС и директивы № 98/6/ЕС, № 2005/29/ЕС и № 2011/83/ЕС Европейского парламента и Совета в отношении улучшения применения и модернизации правил защиты прав потребителей Союза»<sup>4</sup>, которой предусматриваются следующие новеллы:

– повышение информированности потребителей о личности поставщика, его ответственности и способах разрешения споров;

<sup>1</sup> Regulation (EU) № 254/2014 of the European Parliament and of the Council of 26 February 2014 on a multiannual consumer programme for the years 2014-20 and repealing Decision № 1926/2006/EC [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014R0254>.

<sup>2</sup> См.: Решение о финансировании программы защиты потребителей 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: [https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/other\\_eu\\_prog/cons/wp/cons-wp-2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/other_eu_prog/cons/wp/cons-wp-2020_en.pdf).

<sup>3</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en).

<sup>4</sup> Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>.

## *§ 1. Обзор развития законодательства Европейского союза в сфере защиты...*

– повышение информированности потребителей бесплатных услуг, в том числе цифровых сервисов (например, облачные сервисы или социальные сети), об основных характеристиках услуги, сроке действия договора и условиях его расторжения («безвозмездные» сделки); предоставление таким потребителям общих гарантий защиты их прав;

– информирование потребителей об основных критериях, определяющих ранжирование предложений, предоставляемых в ответ на поисковый запрос (например, ранжируются ли эти предложения на основе цены, расстояния, потребительских рейтингов или комбинации различных критериев);

– установление запрета представлять или поручать кому-либо представлять поддельные отзывы или рекомендации, а также манипулировать отзывами потребителей; трейдерам разрешено утверждать, что отзывы были представлены потребителями, только в том случае, если они предпримут разумные и соразмерные шаги для проверки этого (например, разрешение оставлять отзывы только тем потребителям, которые реально приобрели или использовали товар либо услугу);

– информирование потребителей о порядке ценообразования предложений для конкретных потребителей в случае, если такая цена сформирована на основе алгоритма, учитывающего их личное поведение (например, на основе истории покупок);

– установление запрета перепродажи билетов на мероприятия, купленных посредством ботов;

– требование об обосновании снижения цены продукта и указания на ту цену, которая в действительности была установлена не менее чем за 30 дней до объявления о снижении цен («фальшивые акции»);

– предоставление потребителям права на индивидуальные средства правовой защиты (такие как расторжение контракта, получение снижения цены или финансовой компенсации), когда они страдают от недобросовестной коммерческой практики, такой как вводящий в заблуждение маркетинг;

– предоставление национальным органам власти полномочий налагать эффективные, соразмерные и сдерживающие санкции скоординированным образом в случаях массовых нарушений прав потребителей при совершении компаниями трансграничных нарушений;

– предоставление национальным органам власти полномочий по прекращению вводящего в заблуждение маркетинга товаров, которые имеют различный состав или характеристики, но представляются идентичными;

– предоставление национальным органам власти полномочий вводить дополнительные меры, такие как ужесточение норм о праве на выход (продажи на дому), чтобы лучше защитить потребителей в рамках продажи товаров на пороге и коммерческих экскурсий.

К 1 июля 2021 г. государства — члены ЕС обязаны были принять меры, направленные на реализацию положений Директивы Европейского парламента и Совета ЕС № 2019/771 от 20 мая 2019 г. о некоторых вопросах, касающихся договоров купли-продажи товаров, об изменении Регламента (ЕС) № 2017/2394 и Директивы № 2009/22/ЕС, а также об отмене Директивы № 1999/44/ЕС<sup>1</sup>. Указанная Директива актуализирует ранее действовавшие правила, направленные на защиту прав потребителей при купле-продаже товаров, с учетом развития электронной и трансграничной коммерции, заключения дистанционных контрактов, продажи товаров с цифровыми элементами, когда цифровой контент или цифровые услуги включены в товар или тесно с ним взаимосвязаны. Директивой устанавливается ряд новых правил, в частности, в отношении субъективных и объективных требований соответствия товаров, ответственности продавца, средств правовой защиты в случае несоответствия товаров и бремени доказывания.

Отдельным направлением развития европейского законодательства является защита персональных данных, в том числе в рамках потребительских правоотношений. На территории ЕС действует Общий регламент защиты персональных данных (*General Data Protection Regulation*, далее — *GDPR*; Постановление ЕС № 2016/679<sup>2</sup>, вступило в силу 25 мая 2018 г.)<sup>3</sup>, который не требует от государств — участников ЕС внесения изменений в национальное законодательство, являясь непосредственно действующим. *GDPR* также касается передачи персональных данных за пределы Европейской экономической зоны и применяется к любой организации независимо от ее местонахождения, если она обрабатывает персональные данные граждан ЕС. В то же время многие положения *GDPR* обеспечивают

---

<sup>1</sup> Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods, amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and repealing Directive 1999/44/EC [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32019L0771>.

<sup>2</sup> Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>.

<sup>3</sup> GDPR состоит из 11 глав, объединяющих 99 статей.

возможность их корректировки отдельными государствами — членами ЕС.

*GDPR* стал образцом для многих национальных законов за пределами ЕС, включая Чили, Японию, Бразилию<sup>1</sup>, Южную Корею, Аргентину и Кению. Калифорнийский закон о конфиденциальности потребителей, принятый 28 июня 2018 г.<sup>2</sup>, также имеет много общего с *GDPR*<sup>3</sup>.

В целом европейское законодательство направлено на обеспечение одинаковых минимальных прав потребителей вне зависимости от места заключения и исполнения договоров с потребителями. При этом на уровне директив установлены высокие стандарты защиты здоровья и безопасности потребителей продовольственных и непродовольственных товаров в условиях детального правового регулирования, направленного на защиту прав потребителей от недобросовестной и агрессивной коммерческой практики.

## § 2. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО БЕЛЬГИИ О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

**Система законодательства Королевства Бельгия о защите прав потребителей.** В системе законодательства Королевства Бельгия, регулирующего вопросы защиты прав потребителей, основным консолидирующим актом является Кодекс экономического права (*Code de droit économique*) 2013 г.<sup>4</sup>

Вопрос о необходимости разработки такого кодекса широко обсуждался в научной среде и впервые был поставлен в 2008 г. на круглом столе, посвященном оценке и модернизации экономического права<sup>5</sup>. В качестве цели кодификации законодательства, регулирующего деятельность в сфере экономики, предполагались согласование и модернизация положений федерального экономического законодательства, в частности норм действующего на тот момент Торгово-

---

<sup>1</sup> О законодательстве о защите прав потребителей в Бразилии см. подробнее § 5 настоящей главы.

<sup>2</sup> The California Consumer Privacy Act, CCPA. URL: [https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill\\_id=201720180AB375](https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=201720180AB375)

<sup>3</sup> О защите персональных данных потребителей см. подробнее § 3 гл. II настоящей работы.

<sup>4</sup> URL: <https://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2013/02/28/2013A11134/justel>.

<sup>5</sup> Projet de loi introduisant le Code de droit économique. Rapport. P. 3 [Electronic resource]. URL: <http://www.senate.be/www/?MIval=dossier&LEG=5&NR=1943&LANG=fr>.

го кодекса 1807 г., а также отдельных законов, касающихся регулирования экономических отношений<sup>1</sup>.

Первый проект Кодекса экономического права был подготовлен в ноябре 2009 г., однако так и не был рассмотрен<sup>2</sup>. Более активная работа над Кодексом началась в 2013 г. Основной целью его принятия было создание единого свода законодательства, регулирующего экономические отношения. Наряду с этим стояла задача имплементации в национальное законодательство положений ряда директив ЕС, касающихся регулирования отношений в сфере экономики. При разработке Кодекса предполагалось не просто создать единый текст закона и устранить имеющиеся в правовом регулировании противоречия и пробелы, но и разработать механизм последовательного регулирования экономических отношений, основанный на общих началах<sup>3</sup>.

29 марта 2013 г. был принят закон, вводящий Кодекс экономического права в действие (а именно книги I, II и VIII). В дальнейшем были разработаны другие книги этого Кодекса, которые принимались в качестве отдельных законов. Вступление Кодекса в силу состоялось 12 декабря 2013 г.

Кодекс носит комплексный характер и содержит как нормы материального права, направленные на регулирование широкого спектра довольно разнородных отношений, так и иначе связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (отношения в сфере интеллектуальной собственности, договорные отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, договорные отношения с потребителями, вопросы защиты конкуренции, контроля за ценообразованием, качества и безопасности товаров и услуг и т.д.), так и нормы процессуального характера, регулирующие порядок досудебного урегулирования споров, а также специальные правила рассмотрения отдельных категорий дел, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. При этом Кодекс представляет собой не столько кодификационный акт, сколько акт консолидации законодательства в сфере экономики.

Регулирование правоотношений с участием граждан-потребителей занимает достаточно большое место в Кодексе экономического

---

<sup>1</sup> См.: Le nouveau Code de droit économique: Quelles incidences sur les professions libérales? Bruxelles, 2015. P. 15.

<sup>2</sup> Projet de loi introduisant le Code de droit économique. P. 6 [Electronic resource]. URL: <https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/53/2543/53K2543001.pdf>.

<sup>3</sup> См.: Le nouveau Code de droit économique: Quelles incidences sur les professions libérales? Pp. 17, 18.

права: данному вопросу полностью посвящена его книга VI, а также значительная часть книги VII, регулирующая осуществление платежных и кредитных услуг и содержащая целый ряд специальных положений, направленных на защиту прав потребителей в данной сфере. Кроме того, Кодекс содержит нормы, регламентирующие порядок защиты прав потребителей: положения книги XVI регулируют процедуру внесудебного урегулирования потребительских споров, а нормы книги XVII регламентируют специальные судебные процедуры, в частности процедуру подачи и рассмотрения иска о прекращении действий, нарушающих положения Кодекса, и коллективного иска о возмещении вреда.

Вместе с тем необходимо отметить, что Кодексом экономического права регулирование отношений с участием потребителей не исчерпывается. Нормы о защите прав потребителей содержатся также в Гражданском кодексе 1807 г. (*Code Civil*)<sup>1</sup> и в ряде специальных законов, таких как: Закон от 24 января 1977 г. «О защите здоровья потребителей в отношении пищевых и других продуктов» (*Loi relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits*)<sup>2</sup>; Закон от 15 мая 2007 г. «О защите потребителей в отношении услуг мобильной связи и радиовещания» (*Loi relative à la protection des consommateurs en ce qui concerne les services de radiotransmission et de radiodistribution*)<sup>3</sup>; Закон от 28 августа 2011 г. «О защите потребителей в отношении договоров использования тайм-шера, долгосрочных туристских продуктов, перепродажи и обмена» (*Loi relative à la protection des consommateurs en matière de contrats d'utilisation de biens à temps partagé, de produits de vacances à long terme, de revente et d'échange*)<sup>4</sup> и др. Кроме того, вопросы защиты прав потребителей регулируются многочисленными подзаконными актами, в основном королевскими указами.

**Основные положения Кодекса экономического права в сфере защиты прав потребителей.** Как уже было отмечено, основной массив правовых норм, регулирующих отношения с участием потребителей, содержится в книгах VI и VII Кодекса экономического права.

Под потребителем Кодекс понимает любое физическое лицо, которое действует в целях, не входящих в сферу его коммерческой, промышленной, кустарной или свободной деятельности (п. 4

<sup>1</sup> URL: [http://www.erickirsch.be/civilicc/code\\_civil.PDF](http://www.erickirsch.be/civilicc/code_civil.PDF).

<sup>2</sup> URL: [https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth\\_theme\\_file/1977012405\\_f\\_0.pdf](https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/1977012405_f_0.pdf).

<sup>3</sup> URL: [https://www.etaamb.be/fr/loi-du-15-mai-2007\\_n2007011261.html](https://www.etaamb.be/fr/loi-du-15-mai-2007_n2007011261.html).

<sup>4</sup> URL: [https://www.etaamb.be/fr/loi-du-28-aout-2011\\_n2011011331.html](https://www.etaamb.be/fr/loi-du-28-aout-2011_n2011011331.html).



ст. I.1). Ему противопоставляется предприниматель, под которым понимается любое физическое лицо, самостоятельно осуществляющее профессиональную деятельность, либо любое юридическое лицо, либо любая организация, не обладающая правосубъектностью (п. 1 ст. I.1).

Кодекс содержит нормы, посвященные регулированию потребительских договоров, в том числе установлению общих требований к условиям потребительских договоров, определению порядка заключения и расторжения договора, порядка признания договора недействительным, а также ряду других вопросов.

Кроме того, Кодекс регламентирует преддоговорные обязанности лица, осуществляющего продажу товаров или оказание услуг, по предоставлению потребителю информации о себе, а также товаре или услуге. Согласно ст. VI.2 Кодекса до заключения договора с потребителем предприниматель должен ему сообщить:

- основную информацию о себе (фирменное наименование, адрес регистрации и т.д.);
- основные характеристики продукта;
- общую цену продукта, включая налоги и цену за все дополнительные услуги, которые потребитель должен будет оплатить, в том числе цену доставки и т.п.;
- условия передачи товара, условия оплаты, дату и т.д.;
- информацию о гарантии и наличии послепродажного обслуживания (если имеется);
- срок действия договора или, в случае если договор бессрочный или предполагает автоматическое продление срока его действия, информацию о порядке расторжения договора;
- при продаже цифрового контента — информацию о его функциональных возможностях, совместимости с определенным оборудованием и программным обеспечением;
- любую иную информацию, относящуюся к сделке, которую запрашивает потребитель и которая необходима с учетом заявленного потребителем или разумно прогнозируемого использования продукта.

Данные требования конкретизируются в других статьях Кодекса. Например, ст. VI.3–VI.7 определяют требования к указанию цены товара, в частности общее требование о том, что цена товара или услуги должна быть указана очевидным и недвусмысленным образом, требования к форме указания цены (письменная форма), к валюте, в которой указывается цена товара или услуги, и некоторые другие. Статьи VI.8–VI.10 устанавливают общие требования к указанию наименования, состава, а также к маркировке товаров и услуг. При этом данные положения носят достаточно общий характер и пред-



полагают конкретизацию в королевских указах, в которых могут быть установлены как какие-либо дополнительные требования, так и, напротив, изъятия из требований Кодекса.

Помимо вышеуказанных общих требований в Кодексе содержатся дополнительные требования к информации, предоставляемой потребителю, применительно к отдельным категориям договоров. Во-первых, это касается договоров с потребителем, заключаемых вне помещения продавца (ст. VI.64). Во-вторых, повышенные требования предъявляются также к информированию потребителя при заключении договора дистанционно (ст. VI.45—VI.46).

Необходимо отметить, что применительно к договорам об оказании финансовых услуг Кодекс экономического права устанавливает более детализированное регулирование порядка предоставления информации, а также ее объема. Например, предусмотрены специальные требования в отношении информации, которая должна быть предоставлена потребителю перед заключением договора об осуществлении единичной платежной операции (ст. VII.14—VII.15) и рамочного договора об осуществлении платежных операций (ст. VII.21—VII.22). Кроме того, в соответствии со ст. VII.4/1 потребителю при заключении вышеуказанных договоров в обязательном порядке должны быть предоставлены сведения о тарифах, на основании которых взимается плата за использование платежного счета. Еще более строгие требования к информированию потребителя предъявляются при заключении кредитного договора. Кроме того, специальные требования к информации, предоставляемой потребителю до заключения договора, могут устанавливаться также иными законами.

Кодекс экономического права также определяет общие требования к формулированию условий договора с потребителем. В соответствии со ст. VI.37 условия договора с потребителем должны быть сформулированы четко и понятно. В этой же статье регламентировано толкование договоров с потребителями: в случае неясности договорного условия оно должно быть истолковано в пользу потребителя. В гл. 5 титула 3 книги VI Кодекса, посвященной несправедливым договорным условиям, содержатся нормы о критериях, на основании которых условие договора может быть признано недействительным полностью или в части по причине его несправедливости.

В отношении отдельных видов договоров с потребителем, а именно кредитных договоров, Кодекс экономического права также устанавливает особые требования к порядку их заключения.

Во-первых, согласно ст. VII.77 и VII.133 до заключения договора потребительского или ипотечного кредита кредитор обязан провести тщательную оценку платежеспособности потребителя и проверить,

сможет ли потребитель выполнить свои обязательства по погашению кредита. Заключение договора с потребителем кредитор вправе только в том случае, если с учетом информации, которой он располагает или должен располагать, он обоснованно считает, что потребитель сможет выполнить обязательства по договору. Требования к информации, которую кредитор может запрашивать у потребителя для определения его платежеспособности, установлены ст. VII.69 (для потребительского кредита) и ст. VII.126 (для ипотечного кредита).

Необходимо отметить, что Кодекс устанавливает более строгие требования к оценке платежеспособности потребителя, желающего заключить договор ипотечного кредита: в соответствии со ст. VII.133 такая оценка не может основываться главным образом на том факте, что стоимость жилой недвижимости, принадлежащей потребителю, превышает сумму кредита, или на предположении, что стоимость жилой недвижимости возрастет. При необходимости кредитор может запросить экспертизу для оценки стоимости жилой недвижимости. Важность проведения надлежащей оценки платежеспособности потребителя при предоставлении ему ипотечного кредита связана с тем, что в дальнейшем кредитный договор нельзя будет расторгнуть на том основании, что оценка платежеспособности была проведена неправильно.

Во-вторых, ст. VII.78 и VII.134 Кодекса определяют требования непосредственно к порядку заключения кредитных договоров. Так, согласно ст. VII.78 по общему правилу кредитный договор должен быть подписан потребителем собственноручно либо квалифицированной электронной цифровой подписью, однако из этого правила возможно исключение: если договор потребительского кредита заключен с помощью голосовой телефонной связи по требованию потребителя, то копия данного договора, подписанного кредитором, незамедлительно направляется потребителю. Наряду с этими указанными статьями устанавливаются требования к количеству экземпляров договора, к информации, которая в обязательном порядке должна быть отражена в его тексте, и др.

В целях защиты интересов потребителя при заключении кредитного договора ст. VII.90 и VII.147/3 Кодекса также запрещают до подписания кредитного договора всеми сторонами производить оплату как кредитором потребителю, так и потребителем кредитору. Если, несмотря на этот запрет, кредитор или посредник по кредиту выплатил сумму или осуществил поставку товара или оказал услуги, то потребитель не обязан возвращать уплаченную сумму, оплачивать предоставленный товар (услугу) или возвращать его (ст. VII.198, VII.212). В случае же, если потребитель, несмотря на указанный за-

прет, совершил платеж кредитору, он вправе потребовать возмещения уплаченных им сумм, увеличенных на сумму законных процентов (ст. VII.197, VII.211).

Кодекс экономического права также регламентирует односторонний отказ потребителя от договора. В соответствии со ст. VI.47, VI.58 и VI.67 потребитель по общему правилу имеет право отказаться от договора в одностороннем порядке в течение 14 дней после его заключения, если договор был заключен дистанционно или за пределами коммерческого предприятия. Мотивы отказа от договора не имеют правового значения. В то же время в ст. VI.53, § 2 ст. VI.58 определены случаи, когда право потребителя на односторонний отказ от договора не может быть реализовано. Так, потребитель теряет право на односторонний отказ от договора, если по его требованию договор был исполнен до истечения вышеуказанного срока.

Особые правила установлены в отношении одностороннего отказа потребителя от договора об оказании финансовых услуг. Согласно ст. VII.25 Кодекса потребитель вправе в любой момент отказаться от договора, по которому предоставляются платежные услуги. Что касается кредитных договоров, то Кодекс различным образом регулирует право потребителя на односторонний отказ от договора в зависимости от того, идет речь о договоре потребительского кредита или о договоре ипотечного кредита. Согласно ст. VII.83 Кодекса потребитель во всех случаях может отказаться от договора потребительского кредита в течение 14 дней, не сообщая о мотивах отказа. Срок действия этого права начинает течь в день заключения кредитного договора или в день получения потребителем копии договора, подписанной кредитором, если договор был заключен с помощью голосовой телефонной связи. Потребитель обязан уведомить кредитора об отказе от договора до истечения срока, в течение которого он вправе совершить отказ. Срок считается соблюденным, если уведомление было отправлено до истечения этого срока. Что касается права потребителя на отказ от договора ипотечного кредита, то данное право законом ограничено: в соответствии со ст. VII.138 это возможно, только если ипотечное обеспечение не создается за счет кредита. При отказе потребителя от договора платежа, произведенные им после его заключения, должны быть ему возвращены в течение 30 дней с момента совершения им отказа от договора.

Кодекс экономического права также содержит нормы, регулирующие исполнение договора с потребителем. Так, ст. VI.43 включает общие положения, регулирующие порядок передачи товара потребителю. По общему правилу таковая должна быть осуществлена не позднее чем через 30 дней после заключения договора, если только

им не предусмотрен иной срок. Данная статья также устанавливает правила о расторжении потребительского договора в случае нарушения продавцом обязательства по передаче товара: если обязанность продавца по передаче товара потребителю в указанный срок не будет исполнена, то потребитель вправе потребовать передать товар в течение дополнительного срока, а если и в течение этого срока товар не будет передан, то потребитель имеет право расторгнуть договор. При этом если передача товара в согласованный срок имеет важное для потребителя значение, что следует из обстоятельств заключения договора или о чем заявил сам потребитель, то в таком случае потребитель вправе немедленно расторгнуть договор.

Кодекс экономического права регулирует также ряд иных вопросов, связанных с защитой прав потребителей. Это, в частности, вопросы недопущения использования предпринимателями недобросовестных коммерческих практик, правовое регулирование рекламы товаров и услуг, вопросы досудебного урегулирования споров с участием потребителей, судебной защиты потребителями своих прав и др.

**Соотношение норм Кодекса экономического права в сфере защиты прав потребителей с нормами Гражданского кодекса.** Для целей настоящей работы интерес представляет соотношение норм Кодекса экономического права, регулирующих порядок заключения, исполнения и расторжения договоров с потребителем, и норм гражданского законодательства.

Общие положения о договорах и обязательствах устанавливаются книгой III Гражданского кодекса Бельгии. Так, ст. 1101 Гражданского кодекса раскрывает общее понятие договора: договором считается соглашение, по которому одно или несколько лиц обязываются по отношению к одному или нескольким лицам предоставить что-либо, совершить или не совершать какие-либо действия. Гражданский кодекс определяет условия действительности договора, основания и последствия признания договора недействительным, а также содержит общие нормы об исполнении обязательств и другие нормы, устанавливающие основы регулирования обязательственных отношений. Книга III Гражданского кодекса также регулирует отдельные виды договоров: куплю-продажу, мену и другие. Однако необходимо учитывать, что соответствующие нормы этого Кодекса рассчитаны на регулирование любых договорных правоотношений, независимо от состава их участников. Нормы же Кодекса экономического права имеют более узкую сферу применения, поскольку распространяются только на те гражданские правоотношения, в которых одной стороной является потребитель, а другой — лицо, осуществляющее пред-

принимательскую деятельность. Следовательно, данные нормы обладают приоритетом по отношению к нормам Гражданского кодекса по правилу *lex specialis derogat generali*.

В то же время нужно учитывать, что наряду с общими нормами о договорах и обязательствах и специальными нормами об отдельных видах обязательств Гражданский кодекс содержит нормы, регулирующие договоры розничной купли-продажи, заключаемые с потребителями (секция 4 главы 4, ст. 1649bis—1649octies). Указанные нормы устанавливают, в частности, ответственность продавца за несоответствие товара договору (ст. 1649ter). В случае обнаружения такого несоответствия потребитель вправе потребовать возмещения причиненных убытков, а также ремонта товара или его замены, либо адекватного снижения цены, либо расторжения договора (ст. 1649quinquies). Указанные нормы являются специальными по отношению к нормам книги VI Кодекса экономического права, поскольку нормы последней регулируют любые договоры между потребителями и лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, тогда как нормы секции 4 гл. 4 Гражданского кодекса направлены на регулирование только договоров купли-продажи, заключаемых этими лицами. Таким образом, в отношении договоров розничной купли-продажи в первую очередь применяются положения секции 4 гл. 4 Гражданского кодекса и только потом — общие нормы о договорах с потребителями, содержащиеся в книге VI Кодекса экономического права.

### **§ 3. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВО ФРАНЦИИ**

**Общие предпосылки развития законодательства о защите прав потребителей во Франции.** Понимание французской системы законодательства о защите прав потребителей предполагает знание предпосылок ее формирования, этапов, проблем и перспектив развития с точки зрения не только национальных приоритетов правовой политики, но и унификации права ЕС.

Во французской системе права было сформировано одно из самых сложных, но вместе с тем развитых в Европе законодательств о защите прав потребителей, а потребительское право рассматривалось как самостоятельное в системе права и законодательства (*Le droit de la consommation*). По экспертным оценкам, уровень гарантируемой защиты прав потребителей соответствовал стандартам допуска на европейские рынки, однако гармонизация французского законодательства с правом ЕС потребовала ослабления и гибкости регулиро-

вания, ведь «чрезмерно строгие национальные правила могли препятствовать конкуренции, доступу на рынок продукции, лишая потребителей возможности выбора продукции». Одновременно в праве ЕС оказалось невозможным формирование единообразного законодательства. Получилось лишь его сближение по отдельным направлениям<sup>1</sup>. Избежать сохранения национального регулирования в сфере прав потребителей полностью невозможно, и именно эти особенности рассматриваются как значимые факторы оценки законодательства о защите прав потребителей по критериям эффективности<sup>2</sup>.

Изначально французское законодательство о защите прав потребителей тесно связано с нормами не гражданского, а уголовного права, поскольку несоблюдение большинства правил защиты прав потребителей признается преступлением, в том числе правил, касающихся безопасности товаров, навязывания договорных условий, недобросовестных договорных практик, ложной рекламы, средств продаж или продвижения товаров. В этом состояла не свойственная другим европейским правовым системам (например, немецкому законодательству о защите прав потребителей, преимущественно ориентированному на штрафы как гражданско-правовые санкции и убытки) особенность французского права, что дало возможность французским юристам говорить о криминализации национального потребительского права (*pénalisation du droit de la consommation*). Французское законодательство о защите прав потребителей было намеренно отделено от Гражданского кодекса Франции<sup>3</sup>, и это оказалось необходимым для создания механизма публичной защиты интересов и прав потребителей, которые не могут быть сведены по примеру германского права к частноправовой ценности<sup>4</sup>. Французская концепция потребительского законодательства основана на том, что ею защищаются основополагающие ценности общества и публичный интерес неопределенного круга лиц. Обязанность предупреждения, выявления и пресечения преступлений против потребителей возлагается на правоохранительные органы.

<sup>1</sup> См.: Pizzio J-P. Le système législatif français de la consommation [Electronic resource]. URL: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01161523/document>.

<sup>2</sup> См.: Bernheim-Desvaux S. L'effectivité du droit français de la consommation. Paris, 2018. P. 3.

<sup>3</sup> URL: [https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?sessionid=03965AEF9B20FBEB631C7083CB7D2CDB.tplgfr29s\\_2?idSectionTA=LEGISCTA000032021490&cidTexte=LEGITEXT000006070721&dateTexte=20200911](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?sessionid=03965AEF9B20FBEB631C7083CB7D2CDB.tplgfr29s_2?idSectionTA=LEGISCTA000032021490&cidTexte=LEGITEXT000006070721&dateTexte=20200911).

<sup>4</sup> См.: Pizzio J-P. Op. cit. P. 6.

Французское потребительское право начало формироваться в 70-х гг. XX в. под влиянием следующих объективных предпосылок:

- крупномасштабное производство стандартизированных и сложных продуктов, предназначенных для массового потребления;
- широкомасштабный маркетинг этих продуктов с помощью радиотехнических средств связи;
- наконец, увеличение покупательской способности потребителей.

В результате возникли массовое производство, сетевое распределение и массовое потребление продукции в условиях нарушения связи производителя и конечного потребителя. Как следствие, потребитель был поставлен в тройственную ситуацию неполноценности (*Cette évolution ou révolution a placé le consommateur dans une triple situation d'infériorité*), которую и должно было исправить или смягчить право: экономическая неполноценность перед трейдером, который стал могущественным и приобрел возможность навязывать свою коммерческую практику и определенные им же условия продажи; техническая неполноценность перед все более усложненными характеристиками продуктов — потребитель чаще всего не знает ни происхождения, ни состава, ни потенциальных опасностей, связанных с использованием и употреблением товара; юридическая неполноценность перед стандартизированными контрактами, разработанными исключительно профессионалами в интересах бизнеса (крупных производителей, сетей). Прежде всего этими обстоятельствами следует объяснять политико-правовые цели развития законодательства о защите прав потребителей как во внутреннем праве Франции, так и в аспекте его незавершенной гармонизации с правом ЕС<sup>1</sup>.

**Система и структура законодательства о защите прав потребителей Франции.** До 70-х гг. XX в. законодательство Франции не содержало единого акта, специально посвященного защите прав потребителей. Законами, декретами регулировались отдельные вопросы, часто только косвенно связанные с защитой прав потребителей. Например, целью Закона о мошенничестве и фальсификации от 1 августа 1905 г. (*La loi du 1er août 1905 sur les fraudes et les falsifications*) было прежде всего противодействие обману, воспитание честной деловой практики, защита честных торговцев от недобросовестной конкуренции, но вместе с тем именно им были отнесены к обману случаи продажи торговцами испортившихся товаров по более низким ценам без предоставления сведений о качестве товара<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> См.: Pizzio J.-P. Op. cit. P. 3.

<sup>2</sup> URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000508748>.



Законодательство Франции о защите прав потребителей в третьей четверти XX в., хотя и было полностью ориентировано на интересы потребителя, состояло из разрозненных актов и в целом преследовало две цели:

1) создание универсальных и непосредственно действующих и применимых независимо от конкретной сделки и обращений в суд условий и гарантий потребителю в отношениях с профессиональным предпринимателем (право на полную информацию о характеристиках и цене продуктов и услуг, предлагаемых для продажи, — потребитель должен иметь возможность сравнивать предложения на рынке; право расторжения договоров, заключенных по несоразмерной и завышенной цене; право безусловного расторжения договоров, заключенных с использованием технически сложных каналов связи, в которых свобода волеизъявления потребителя неочевидна; право на отзыв акцепта и возврат исполненного по договору независимо от дефектов качества товара; ничтожность неэквивалентных и дискриминационных договорных условий, право на реструктуризацию долга при тяжелом материальном положении);

2) обеспечение потребителю условий защиты его интересов коллективными частными организациями, государством и его органами в пределах их компетенции в части не только рассмотрения поступивших жалоб потребителей, но и контроля товаров и рынка на предмет качества и безопасности продукции, установления требований качества и безопасности, правил продажи отдельных видов товаров<sup>1</sup>.

Начало работ по кодификации потребительского законодательства в середине 80-х гг. XX в. было обусловлено тем, что защита потребителей основывалась на выборочных и несоординированных друг с другом нормах законодательства, разработанных по мере необходимости и разбросанных по системе законодательства, что затрудняло поиск и доступ к законодательству при разрешении споров и требовало судебного толкования.

Первоначально работу по кодификации и подготовке первого проекта потребительского кодекса возглавил Жан Кале-Ольва (*Jean Calais-Auloy*), и ее цели виделись в устранении недостатков закона, закреплении основных понятий непосредственно в законе. Однако в 1993 и 1997 гг. кодификация потребительского законодательства только скомпилировала и локализовала уже имеющийся нормативный материал по предмету правового регулирования без устранения наличествующих недостатков и совершенствования сложившегося регулирования. Этот тип кодификации получил в юридической ли-

---

<sup>1</sup> См.: Pizzio J-P. Op. cit. P. 4.



тературе свойственные именно ему характеристики и не позволил ни устранить имеющиеся проблемы, ни дать ответ на актуальные запросы практики. Кодификация не предусмотрела возможность применения потребительского права к административным отношениям, а между тем договоры между потребителями и государственными, муниципальными организациями рассматриваются как имеющие чисто административный характер, но и это законодательство, например, в вопросах ответственности за качество оказываемых медицинских услуг практикой, но не законом, было отнесено именно к законодательству о защите прав потребителей, а не к административному праву<sup>1</sup>.

Содержание потребительского законодательства может быть понято, если, во-первых, проанализировать содержание самого Потребительского кодекса 1993 г. (*Le Code de la consommation*)<sup>2</sup> и, во-вторых, проследить межотраслевые взаимосвязи потребительского законодательства и иного отраслевого законодательства. Французскими юристами отмечается ясность содержания Кодекса и одновременная сложность его практического применения.

**Французский Потребительский кодекс** изначально не содержит всеобъемлющих данных о защите потребителей, кодифицировано оказалось не все законодательство, имеющее отношение к защите прав потребителей, а только общие нормы, действующие вообще в отношении товаров и услуг, предлагаемых потребителям, и способов продажи и продвижения на рынок товаров. Однако, как видно, по-прежнему правила в отношении продажи отдельных видов товаров устанавливаются специальными нормами. В частности, кодифицированное потребительское законодательство не включает оборота лекарственных средств и не распространяется на отдельные виды договоров, в том числе и на договор брачного посредничества (*le contrat de courtage matrimonial*). Еще одна сложность применения Потребительского кодекса заключается в неопределенности по вопросу о возможности распространения общих положений Гражданского кодекса, в частности норм о ничтожности сделок, к ситуациям, при которых предприниматель уже привлекается к уголовной ответственности (например, за обман потребителя). Унифицированного подхода по данному вопросу в судебной практике пока не сложилось<sup>3</sup>.

Французскому законодателю не удалось содержательно и предметно обособить потребительские правоотношения в правовом регули-

<sup>1</sup> См.: Pizzio J-P. Op. cit. P. 6.

<sup>2</sup> URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006069565>.

<sup>3</sup> См.: Piozzi J-P. Op. cit. P. 7.

ровании, поскольку они неразрывно связаны с договорным правом и гражданско-правовой ответственностью и производны от них, что позволяет констатировать только техническое значение проведенной кодификации и ее ответный характер по отношению к развитию предпринимательских свобод и концентрации крупного капитала. Такое обособление было охарактеризовано как искусственное, поскольку потребительское право происходит из договорного права, обогащаясь накопленной практикой его применения, и не может существовать самостоятельно и в изоляции от него — соотношение норм договорного и потребительского права определяется взаимосвязью общих и специальных норм. Так, нормы договорного права применяются к потребительским отношениям, если специальными правилами не предусмотрено иное. При этом необходимость регулирования законом потребительских отношений сомнений не вызывала.

В 2016 г. французским законодателем в целях гармонизации европейского и французского права предпринята рекодификация потребительского законодательства, причем в юридической литературе говорится о его новой кодификации<sup>1</sup>. В докладе Президенту Республики относительно ордонанса № 2016-301 от 14 марта 2016 г. о законодательной части Потребительского кодекса<sup>2</sup> (*Rapport au Président de la République relatif à l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation*) прямо отмечено, что архитектура действовавшего Потребительского кодекса не отвечает развивающимся отношениям, используемым технологиям и фактически устарела, в связи с чем парламент уполномочил правительство приступить к работе по обновлению Кодекса. Примечательно, что парламентом были намечены соответствующие направления работы: консолидация, гармонизация и унификация положений как самого Потребительского кодекса, так и иных действующих источников законодательства, укрепление административных полномочий органов власти в сфере защиты прав потребителей<sup>3</sup>.

Упрощение и непротиворечивость текстов закона рассматриваются как условие стабильности и гарантий как для потребителей, так и для бизнеса. Особое внимание было уделено конкретизации статуса и личности потребителя, разграничению понятий «предприниматель» и «непредприниматель». До рекодификации французское законодательство не предполагало возможности рассмотрения фер-

<sup>1</sup> См.: Calais-Auloy J, Depincé M., Н. Droit de la consommation. Dalloz, 2020. P. 3.

<sup>2</sup> Большинство кодексов во Франции являются двусоставными: они состоят из законодательной и регламентарной частей.

<sup>3</sup> URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000032209332>.

мера как потребителя или непредпринимателя, пользующегося защитой законодательства о защите прав потребителей. После нее к непредпринимателю, пользующемуся гарантиями потребителя, стали относить любое лицо, если оно при заключении договора действовало за пределами своей профессиональной деятельности. До 2014 г. французское право в отличие от практики вообще не использовало понятия «потребитель», после рекодификации под ним понимается «любое физическое лицо, действующее в целях, которые не являются частью его коммерческой, промышленной, ремесленной или сельскохозяйственной деятельности». В этом нововведении следует видеть не только имплементацию Директивы Европейского парламента и Совета Европейского союза от 25 октября 2011 г. № 2011/83/ЕС «О правах потребителей»<sup>1</sup>, но и адаптацию закона к накопленному практикой опыту<sup>2</sup>, связанному с преодолением судебных позиций, отождествляющих потребителей и физических лиц<sup>3</sup>.

В целях облегчения работы с потребительским законодательством, а также для последующей интеграции и гармонизации французского и европейского потребительского права внутренняя структура книг Потребительского кодекса была изменена: объединены уголовные, гражданские и административные санкции, коллизионные нормы сгруппированы в каждой из книг в соответствии с названием соответствующего раздела. Вместе с тем Потребительский кодекс по-прежнему содержит отсылки к другим законам и кодексам, называя соответствующие отношения потребительскими, но не регулируя их прямо, что указывает на неполноту и неисчерпывающий объем регулирования Кодекса.

В настоящее время продолжается гармонизация европейского и французского потребительского права в части приведения последнего в соответствие правилам Европейского союза о цифровой торговле. 3 декабря 2020 г. был принят Закон об отдельных положениях, касающихся адаптации к праву Европейского союза в экономической и финансовой сфере (*Loi n° 2020-1508 du 3 décembre 2020 portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne en matière économique et financière*)<sup>4</sup>, направленный на имплементацию во французское

<sup>1</sup> Об этой Директиве см. подробнее § 1 настоящей главы.

<sup>2</sup> См.: Cass. 1st civ. 29-3-2017, No. 16-10007 [Electronic resource]. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000034339076>.

<sup>3</sup> См.: Cass. 1st civ. 29-3-2017, No. 15-26766 [Electronic resource]. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000034339077>.

<sup>4</sup> URL: [https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000042607095?init=true&page=1&query=transposition+Directive+2019%2F770+%&searchField=ALL&tab\\_selection=all](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000042607095?init=true&page=1&query=transposition+Directive+2019%2F770+%&searchField=ALL&tab_selection=all)

законодательство положений Директивы № 2019/770 Европейского парламента и Совета ЕС от 20 мая 2019 г. «О некоторых вопросах, касающихся договоров поставки цифрового контента и цифровых услуг»<sup>1</sup> и Директивы № 2019/771 Европейского парламента и Совета ЕС от 20 мая 2019 г. «О некоторых вопросах, касающихся договоров купли-продажи товаров, об изменении Регламента ЕС № 2017/2394/ЕС и Директивы № 2009/22/ЕС, а также об отмене Директивы № 1999/44/ЕС»<sup>2</sup>.

Директива № 2019/770/ЕС касается контрактов на поставку цифрового контента и цифровых услуг (например, потоковой передачи), а Директива № 2019/771/ЕС регулирует продажу товаров, включающих цифровые элементы (например, DVD). Обе директивы направлены на обеспечение защиты потребителей с учетом влияния цифровых технологий на европейский рынок. Для этого европейский законодатель предлагает распространить существующие гарантии для потребителей на новые договоры, допустив рассмотрение цифрового контента и как товара, и как услуги. Единство цифрового рынка делает возможной гибридизацию логик продажи товаров и оказания услуг. Это необходимый шаг в развитии потребительского законодательства навстречу потребностям рынка, а в связи с ростом цифровых технологий отмечается переход от культуры индивидуальной собственности к культуре доступа к цифровым ресурсам, что не может означать снижения существующих гарантий для потребителей: потребителю должна быть гарантирована возможность обращения с претензиями как к продавцу товара, так и к поставщику услуги независимо от субординации отношений между названными лицами.

Еще одной нерешенной проблемой потребительского законодательства Франции можно считать защиту потребителя от навязывания ему услуг и товаров по цифровым каналам связи, произвольной и неограниченной обработки персональных и личных данных потребителя различными сервисами, операторами и провайдерами в целях последующего управления его экономическим поведением в коммерческих интересах бизнеса. Потребители все чаще получают доступ к услугам или контенту за очень небольшие суммы, зачастую даже не платя за них, например доступ к социальным сетям или платформам. Эти ситуации становятся возможными благодаря двусторонним ры-

---

<sup>1</sup> Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019L0770> URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019L0770>

<sup>2</sup> Об этой Директиве см. также в § 1 настоящей главы.

ночным взаимодействиям, в которых экономический интерес оператора компенсируется за счет предоставления персональных данных пользователей, а их обработка позволяет не только улучшить и адаптировать собственные коммерческие предложения, но и получить, аккумулировать сведения об интересах и финансовых возможностях конкретных потребителей с целью расширения имеющихся каналов сбыта продукции и повышения объемов продаж при том, что непосредственная заинтересованность в приобретении такой продукции у потребителя (при отсутствии контекстной рекламы) зачастую не наблюдается. В условиях цифровой экономики и электронного товарооборота потребители должны быть защищены законом от произвольного вмешательства в их частную жизнь и управления их экономическим поведением, а это, в свою очередь, предполагает разработку действенных мер запретительного и компенсационного характера.

**Защита прав потребителей в сфере цифровой торговли и неприкосновенности персональных данных.** Вопросы правового регулирования защиты персональных данных и интересов потребителей в социальных сетях отражены в отчете государственного секретаря по цифровизации в мае 2019 г. (*Rapport de la mission «Régulation des réseaux sociaux — Expérimentation Facebook»*)<sup>1</sup>, в котором анонсирована основная задача — урегулировать отношения между участниками социальных сетей в части защиты персональных данных и обеспечения гарантий торговли. В частности, в отчете констатируется, что предоставленные социальными сетями широкие возможности коммуникаций сопряжены и с неменьшими рисками нарушения гражданских прав их участников, которые не преодолеваются и не предупреждаются основными игроками медиарынка — *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* или *Snap*, несмотря на реальную возможность контроля ими публикации и обработки цифрового контента. Весь контент, опубликованный в социальной сети, не может быть представлен пользователю вне контроля платформы, устанавливающей ограничения на его содержание и объем. Соответственно, имеются основания для утверждения редакторской функции платформы в отношении размещаемого пользователями контента<sup>2</sup>. При этом социальная сеть осуществляет только последующий контроль, позволяющий выявлять заведомо противоправное содержание контента, но при

<sup>1</sup> URL: <https://www.numerique.gouv.fr/uploads/rapport-mission-regulation-reseaux-sociaux.pdf>.

<sup>2</sup> См.: Rapport de la mission «Régulation des réseaux sociaux — Expérimentation Facebook». Pp. 7–9 [Electronic resource]. URL: <https://www.numerique.gouv.fr/uploads/rapport-mission-regulation-reseaux-sociaux.pdf>.

этом невозможно игнорировать «серые зоны» с неявными нарушениями. С учетом этого обстоятельства необоснованно рассмотрение платформы как соисполнителя правонарушения, учиненного отдельными пользователями.

Как правило, платформы ограничиваются общими предупреждениями о недопущении нарушений, не вмешиваясь в отношения сторон как после произошедшего нарушения, так и для его профилактики. Предлагается возложить на платформы обязанность по содействию реализации законного интереса пользователей (*un devoir de diligence vis-à-vis de ses utilisateurs*)<sup>1</sup>, ведь именно платформы могут определять условия размещения контента и блокировать пользователя при нарушении установленных правил. Попустительство платформ считается достаточным для вмешательства органов государственной власти, наделенных полномочиями охраны интересов потребителей и обеспечения свободы торговли. Вмешательство органов публичной власти также будет считаться обоснованным при соблюдении требований необходимости, прозрачности, пропорциональности при защите интересов как отдельного частного лица, так и для охраны общественных интересов. Соответственно вмешательство государства в работу платформ не будет означать вторжения и замену саморегулирования, а продиктовано созданием необходимых условий защиты законных личных и экономических интересов пользователей. Однако и в этих случаях предметом проверки выступит один конкретный контент, т.е. органы власти не смогут выявить и предупредить допущенные платформой системные нарушения, сказавшиеся на правах и законных интересах конкретных пользователей, хотя бы потому, что отсутствует контроль третьей стороны.

Отмечается, что саморегуляция деятельности платформ остается чрезмерно эгоцентричной — *L'autorégulation demeure trop «autocentrée»* в отношении как защиты, так и соблюдения прав потребителей: лица, предлагающие товары и услуги в социальных сетях, по своему усмотрению определяют условия и объем собственной связанности обязательствами, порядок исполнения сделок и урегулирования претензий в сравнении с санкционированными государствами правилами продажи товаров и услуг вне социальных сетей Интернета. В преломлении к особенностям экономического раз-

---

<sup>1</sup> Пока нормативно (ст. L111-7-2 Потребительского кодекса) закреплена только обязанность по предоставлению потребителю достоверной, ясной и прозрачной информации («*obligation de délivrer au consommateur une information loyale, claire et transparente*») о статусе платформы, правоотношениях между платформой и продавцом, информации о продавце.

вития Франции предлагалось конкретизировать общий принцип GDPR «*Privacy by design*» на «*Accountability by design*» (презюмируемую ответственность)<sup>1</sup>.

В 2016 г. опубликован французский Закон о цифровой республике (*La loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique*)<sup>2</sup>. Целями его разработки являлись: содействие инновациям, развитие цифровой экономики, открытого, надежного цифрового общества, которое защищает права граждан, а не удовлетворяет в приоритетном порядке интересы крупного медиа-бизнеса. Защита данных, прав и интересов пользователей были обозначены приоритетами правового регулирования цифровой экономики, нормативно закреплён принцип распоряжения данными по усмотрению их носителя-обладателя — *Le principe du droit à la libre disposition de ses données personnelles*. При этом установлено, что на случай смерти любой пользователь — участник медиа-коммуникаций вправе определить юридическую судьбу всей информации о себе (*Mort numérique*), включая и персональные данные, причем соответствующее распоряжение наследодателя обязательно для исполнения платформами и при его особом уточнении и защите определенным наследодателем лицом посмертно. В комментариях отмечается, что в положениях Закона о цифровой республике реализованы принципы французской государственности: свобода, равенство, братство<sup>3</sup>. Платформы обязаны предоставлять своим пользователям четкую и правдивую информацию, обеспечить конфиденциальность частной переписки, гарантировать право на определение юридической судьбы накапливаемых платформами данных.

В ст. L111-7 Потребительского кодекса дается широкое определение платформ, под которое подпадают *Amazon, Airbnb, Google, Tripadvisor, YouTube, Uber, Facebook, Leboncoin, Twitter*. Правоприменительная и правореализационные практики определили социальную сеть как онлайн-сервис, позволяющий пользователям публиковать и определять условия доступа к контенту и использования контента по их усмотрению. Социальные сети не только открывают пользователям новые возможности по непосредственному самовыражению собственной индивидуальности в социальной коммуникации, но и предоставляют известные свободы ведения экономической

<sup>1</sup> См.: Rapport de la mission «Régulation des réseaux sociaux — Expérimentation Facebook». Pp. 12, 13 [Electronic resource]. URL: <https://www.numerique.gouv.fr/uploads/rapport-mission-regulation-reseaux-sociaux.pdf>.

<sup>2</sup> URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000033202746>.

<sup>3</sup> URL: [https://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/DP\\_LoiNumerique.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/DP_LoiNumerique.pdf).



деятельности с привлечением средств и движением товаров. Известны и широкие возможности платформ в части координации общественного мнения, распространения заведомо не соответствующей действительности информации, борьба с вредоносным контентом основана на публичном, а не только на частном интересе.

По французскому праву под страхом наложения внушительных штрафов платформы связываются обязанностью по предоставлению исчерпывающей и достоверной информации о реализуемых на их площадках товарах пользователям. Пользователь интернет-медиа ресурсов, предоставляемых платформами, признается потребителем как при приобретении товаров и услуг на платформах, так и при защите данных при их несанкционированном использовании. Пользователям гарантируются свободный доступ к сайтам и ознакомление с отзывами о работе площадки, которые не могут контролироваться продавцом или услугодателем. Устанавливаются запреты на формулировку условий продаж, по которым приобретение товаров возможно только при предоставлении пользователем персональных данных, а также при продаже технически сложных товаров только в комплекте с программным обеспечением и сервисными услугами по его будущей эксплуатации со сложением стоимостей в цене реализуемого потребителю товара. Декретами от 29 декабря 2015 г. и 29 сентября 2017 г. положения Закона о цифровой республике конкретизированы в части условий действия платформ: права и обязанности платформ различаются в зависимости от их деятельности: онлайн-платформы — *Les plateformes en ligne* (I), платформы соединений — *les plateformes de mise en relation* (II), платформы мнений — *les plateformes d'avis* (III) и платформы с трафиком более 5 000 000 посетителей — *et les plateformes dont le trafic est supérieur à 5 000 000 de visiteurs* (IV). Общей особенностью являются жесткость регулирования и установление безусловной обязанности по раскрытию платформой исчерпывающей информации о статусе продавца и взаимоотношениях платформы с ним, свойствах приобретаемых товаров, детализация и существенность штрафных санкций за нарушение платформой обязательств по раскрытию информации.

Французскими разработчиками транснациональной системы цифровой торговли предложено скорректировать подходы к ее регулированию не на национальном, а на наднациональном уровне. Право Евросоюза должно не укреплять сложившийся подход по локализации ответственности и требований в одной юрисдикции, например, по месту регистрации штаб-квартиры социальной сети (по правилам Директивы Европейского парламента и Совета Европейского союза от 10 марта 2010 г. № 2010/13/ЕС о координации некоторых законо-



#### § 4. Кодификация законодательства в сфере защиты прав потребителей в Италии

дательных, регламентарных и административных положений, действующих в государствах-членах ЕС, относительно оказания аудиовизуальных медиа-услуг (Директива об аудиовизуальных медиа-услугах)<sup>1</sup>), а установить единые правила пользования социальными сетями, что окажется стимулом выявления и пресечения правонарушений в каждом конкретном государстве (*la responsabilisation de la plateforme vis-à-vis du pays de destination*) и видится разработчикам предложения эффективным средством восстановления географической согласованности локализации регулирования торговой деятельности в цифровой реальности и вреда, причиненного при нарушении имущественных и личных прав пользователей.

### § 4. КОДИФИКАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ИТАЛИИ

В Италии основополагающим законом, охватывающим защиту прав потребителей, является Потребительский кодекс 2005 г. (далее также — Кодекс). Создание Кодекса было обусловлено необходимостью консолидации законодательства о защите прав потребителей в единый сводный закон для преодоления разрозненности законодательства внутри Италии, а также учета опыта других стран — членов Европейского союза.

По мнению Клаудио Скайола, Министра производственной деятельности<sup>2</sup>, Кодекс объединяет, координирует и упрощает действующее законодательство в отношении потребителей<sup>3</sup>.

#### Значение Потребительского кодекса 2005 г.

1. Потребительский кодекс объединил 21 нормативный правовой акт (четыре закона, два указа Президента, 14 законодательных декретов<sup>4</sup>, один закон о внесении изменений и дополнений) в сводный закон. В рамках программы Европейского союза по гармонизации директив в этой области, а также с учетом опыта применения законодательства и судебной практики в Кодексе были пересмотрены

<sup>1</sup> Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member states concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32010L0013>

<sup>2</sup> С 2006 г. эта должность в Италии носит наименование Министр экономического развития.

<sup>3</sup> Codice del Consumo (Consumers' Code). Rome. 2005. P. 17.

<sup>4</sup> В Италии законодательный декрет — это указ, имеющий силу закона.

некоторые проблемные вопросы и внесены необходимые законодательные усовершенствования.

2. Кодекс упростил договорные отношения между профессиональными участниками рынка и потребителями, предусмотрев меры, стимулирующие разрешение потребительских споров во внесудебном порядке. Эти изменения направлены на расширение случаев урегулирования споров между компаниями и гражданами, а также на ускорение процедуры разрешения споров.

3. В Кодексе нашли отражение различные определения потребителя, исполнителя, продавца и изготовителя на основании того, как они были даны в различных нормативных актах.

4. Кодекс охватывает различные сферы потребительского законодательства, в том числе вопросы маркировки товаров; общие требования к безопасности продукции; рекламу, вводящую в заблуждение; оговорки, содержащие несправедливые условия в отношении потребителя; дистанционную торговлю; туристические контракты, таймшер; гарантии на приобретенные товары, а также некоторые аспекты разрешения споров с участием потребителей<sup>1</sup>.

**Преимущества Потребительского кодекса.** Потребительский кодекс, по мнению представителей итальянского научного сообщества, следует рассматривать как «часть более общего законодательства, регулирующего рыночные отношения, как место встречи спроса и предложения; он предоставляет преимущества не только потребителю, но и производителям, а также самому рынку»<sup>2</sup>:

1) для потребителей: Кодекс улучшил правовой статус потребителей, как при защите физических лиц, так и при защите групповых интересов; вообрал в себя нормативные акты, охватывающие лучшую деловую практику, а также расширил доступ к правосудию;

2) для компаний: Кодекс повышает конкурентоспособность, прозрачность и информированность о рынках товаров и услуг, поощряя тем самым повышение качества товаров и услуг;

3) для рынка: следствием указанных позитивных изменений будет повышение уровня доверия потребителей и предприятий к тому, как функционирует рынок, что приведет к расширению торговли и принесет пользу обществу в целом.

**История возникновения положений Потребительского кодекса.** В Кодексе сведены воедино положения более 20 отдельных законов

<sup>1</sup> См.: *Pagliantini S.* Una mirada a la protección contractual del consumidor en Italia, *Revista de Derecho Privado, Universidad Externado de Colombia*, no. 28. Enero-junio de 2015. Pp. 191–200.

<sup>2</sup> См.: *The Yearbook of Consumer Law 2007.* Edited by Geraint Howells, Annette Nordhausen, Deborah Parry, Christian Twigg-Flesner. 2007. Pp. 295–308.

#### § 4. Кодификация законодательства в сфере защиты прав потребителей в Италии

и декретов<sup>1</sup>, в связи с чем подчеркивается его консолидирующий характер как источника отрасли потребительского права.

Многие положения Потребительского кодекса служат реализации директив ЕС, которые в основном содержат положения, применимые к отношениям между бизнесом и потребителями (*B2C*), но в некоторой степени также затрагивают и отношения между профессиональными участниками рынка (*B2B*). Наряду с объединением ранее существовавших правил Кодекс содержит некоторые новые области регулирования, в частности ст. 28–32 об усилении защиты прав потребителей при совершении покупок в телемагазинах.

Многочисленные термины, используемые в Кодексе, такие как «потребитель» и «производитель» в ст. 3 (а) и (с), отражают соответствующие определения директив ЕС. Так, ст. 3 (а) Потребительского кодекса определяет *потребителя или пользователя услуг* как физическое лицо, действующее в иных целях, чем торговля, бизнес, ремесло или профессия. Однако в соответствии со ст. 5 Кодекса потребитель — это любое физическое лицо — адресат коммерческой информации. Кроме того, не совсем понятна ситуация, при которой термин «потребитель» определяется не только в ст. 3 (а) Потребительского кодекса, но и почти дословно (и поэтому излишне) в ч. 2 ст. 128 Кодекса. Аналогичная ситуация наблюдается в п. 1 (с) ст. 83 Кодекса, где содержится определение «потребитель туристических услуг».

*Продавец* — это любое физическое или юридическое лицо, действующее в целях, связанных с их торговлей, бизнесом, ремеслом или профессией, а также любое лицо, действующее от имени или по поручению такого лица.

*Производителем* согласно положениям Кодекса является изготовитель продукта в ЕС и любое другое лицо, представляющее себя в качестве производителя путем размещения на продукте названия, товарного знака или другого отличительного знака. Определение также включает лицо, которое восстанавливает продукт, представителя производителя, если производитель не установлен в ЕС, импор-

---

<sup>1</sup> См.: Директива 85/374/ЕЭС (создание безошибочного режима строгой ответственности); Директива 1999/34/ЕС (строгая ответственность за дефектные и небезопасные изделия); Директива 92/59/ЕЭС (общее требование безопасности, согласно которому «ни один производитель не должен размещать продукт на рынке, если он не является безопасным продуктом»); Директива 2001/95/ЕС (общая безопасность продукции; введение обязательства для производителей уведомлять соответствующие государственные органы, если у них есть информация о том, что их продукция представляет опасность для потребителей, что может привести к обязательному отзыву продукции) и др.

тера продукта, а также других лиц в цепи поставок в той мере, в какой их деятельность может повлиять на свойства безопасности продукта.

*Дистрибьютор* — это любая профессиональная организация, работающая в цепи поставок, чья деятельность не влияет на безопасность продукта.

Таким образом, Потребительский кодекс открыт для восприятия будущих изменений в законодательстве Европейского союза на основе практики Европейского суда справедливости, а также судов других государств-членов, разъясняющие положения которых аналогичным образом отражают законодательство ЕС.

**Внедрение новых концепций.** Помимо определения терминов в ст. 3 принятие Потребительского кодекса также повлекло за собой введение некоторых новых понятий в итальянское законодательство о защите прав потребителей. В отношении потребительских товаров предусмотрены два вида гарантий: гарантии соответствия и коммерческие гарантии (титул III ч. IV Кодекса).

В попытке включить в Потребительский кодекс всеобъемлющие термины были созданы дополнительные формулировки «процесс приобретения и потребления» (в ст. 1) и «отношения с потребителем» (как описание ч. III Кодекса). Эти формулировки нельзя назвать большим законодательным достижением. Выражение «процесс приобретения и потребления» должно служить связующим элементом между различными областями правил в рамках Кодекса. Однако в силу своего расплывчатого и разрозненного характера оно малополезно для правоприменителя. Выражение «потребительские отношения» вводит новую категорию, соотношение которой с традиционной концепцией «обязательственных правоотношений» остается неясным.

**Гармонизация норм различных областей потребительского законодательства.**

*Укрепление права потребителя на отказ от товара.* Право на отказ от товара являлось основным предметом гармонизации норм различных источников потребительского права, к которой стремился Потребительский кодекс в ответ на призывы научного сообщества. В настоящее время предусмотрено единое право на отказ от товара в течение 14 рабочих дней для договоров о дистанционной торговле, для договоров купли-продажи через распространителей продукции (ранее семь рабочих дней) и таймшера (ранее 10 дней). Общие положения о праве на отказ от договора (ст. 64–67) охватывают только случаи дистанционной торговли и договоров купли-продажи через распространителей товаров (ст. 64).

Для таймшера, а также для договоров о туристических поездках остаются прежними положения о праве на отказ от товара (услуги) в

#### § 4. Кодификация законодательства в сфере защиты прав потребителей в Италии

ст. 73 и 92 соответственно, исходя из чего заявленные в ст. 1 гармонизация и модернизация законодательства о защите прав потребителей могут считаться достигнутыми в этой важной области лишь частично.

*Особенности отказа от договора при заключении договора в режиме онлайн.* Когда договор заключается в режиме онлайн и влечет за собой обязательство произвести оплату, кнопка для размещения заказа обозначается только словами «заказ с обязательством произвести оплату» (или соответствующей однозначной формулировкой — «заказать»). Если продавец не выполнил это требование, потребитель не связан договором или заказом.

После изменений 2014 г. у потребителя имеется 14-дневный срок (вместо ранее существовавшего 10-дневного срока) для расторжения договора. Этот срок исчисляется со дня заключения договора в случае договоров на оказание услуг и со дня поставки в случае договоров купли-продажи.

В случае непредставления потребителю информации о праве расторжения договора срок расторжения продлевается еще на 12 месяцев.

После расторжения договора продавец обязан возместить все поступившие от потребителя платежи не позднее 14 дней со дня, когда ему было сообщено о решении потребителя расторгнуть договор.

Потребитель, реализующий право на расторжение договора и возврат приобретенного товара, несет ответственность только за уменьшение стоимости товара в результате обращения с товаром, за исключением необходимого для установления характера, свойств и функционирования товара.

Право на расторжение договора не может быть реализовано в следующих случаях:

– в договорах на оказание услуг после полного выполнения услуг, если их выполнение было начато с предварительного письменного согласия потребителя и с признания того, что он потеряет свое право на отказ от исполнения после полного исполнения договора продавцом;

– при поставке цифрового контента, который не может быть предоставлен на материальном носителе, если исполнение началось с предварительного явно выраженного согласия потребителя и с его признания того, что в связи с этим он теряет право на расторжение договора;

– при поставке опечатанных товаров, которые не пригодны для возврата по причинам, связанным с охраной здоровья или гигиеной.

**Соответствие Потребительского кодекса общим положениям договорного права.** Что касается соответствия норм Потребительского кодекса общим нормам договорного права, то Кодекс привносит важные терминологические и сущностные изменения. Прежнее понятие несправедливых условий договора, регулируемое в ранее действующей ст. 1469 Гражданского кодекса Италии, заменено в ст. 36 Потребительского кодекса понятием «охранительная недействительность» (статья именуется «Признание договора недействительным в целях защиты прав потребителя»). Этот новый институт на первый взгляд лучше соответствует уже существующей категории недействительности. В отношении нового взаимодействия между специальной нормой ст. 36 Потребительского кодекса и общими положениями о ничтожности договоров, содержащимися в ст. 1418 Гражданского кодекса, некоторые вопросы остаются открытыми, так как п. 1 ст. 36 Потребительского кодекса предусматривает, что несправедливые условия согласно ст. 33 и 34 являются недействительными, однако остальная часть договора сохраняет силу. Действительность «оставшейся части договора» отныне будет дополнительно зависеть от общего положения ст. 1419 (1) Гражданского кодекса о признании договора недействительным в части.

Кроме того, в п. 3 ст. 36 вводится еще одно положение об «охранительной недействительности» (также называемое «относительной недействительностью»), на которую может ссылаться только потребитель. Это положение содержит специальную норму в отношении общей нормы ст. 1421 Гражданского кодекса, которая также предоставляет это средство правовой защиты любому заинтересованному лицу, а также судебную защиту (*ex officio*). В сочетании с положением о том, что срок исковой давности для требования о расторжении договора не может быть ограничен в договоре (ст. 1422 Гражданского кодекса), более слабая сторона договора оказывается в чрезвычайно выгодном положении. Потребитель может оставлять договор в силе до тех пор, пока ему это кажется целесообразным, поскольку только он может претендовать на расторжение договора и сроком исковой давности такое требование не ограничено. Подобное смягчение положений общих норм ст. 1421 и 1422 Гражданского кодекса в пользу потребителя, которое приводит к неуклонному увеличению числа случаев недействительности договора, в итальянской научной среде оценивается неоднозначно.

**Защита персональных данных потребителей в Италии.** Основными законодательными актами в сфере защиты персональных данных в Италии являются Общий регламент ЕС защиты персональных данных (*GDPR*), Кодекс защиты персональных данных (Законодатель-

#### § 4. Кодификация законодательства в сфере защиты прав потребителей в Италии

ный декрет № 196 от 30 июня 2003 г.) и иные директивы и законодательные декреты<sup>1</sup>. В случае если дело касается защиты персональных данных потребителя, то применяются также и нормы Потребительского кодекса Италии. Такой вывод был сделан в решении Административного трибунала (*Tribunale Amministrativo Regionale for Lazio*) по результатам обжалования действий итальянского антимонопольного органа<sup>2</sup>.

**Защита потребителей финансовых услуг в Италии.** Оказание финансовых услуг потребителям охватывается действием Потребительского кодекса Италии, однако из его положений существует достаточное количество изъятий применительно к сфере финансовых услуг. В частности, профессиональный участник рынка может:

– расторгнуть договор при наличии уважительной причины без предварительного уведомления, проинформировав впоследствии об этом потребителя;

– при наличии уважительной причины изменить условия договора, уведомив об этом потребителя, а последний имеет право расторгнуть договор;

– при наличии уважительной причины без уведомления изменять процентную ставку или сумму любого другого платежа, относящегося к первоначально согласованной финансовой услуге. В данном случае необходимо незамедлительное информирование потребителя и потребитель имеет право расторгнуть договор.

#### **Реформы Потребительского кодекса.**

1. В настоящее время итальянский парламент рассматривает законопроект, предусматривающий внесение некоторых изменений в Потребительский кодекс с целью реализации конкретных правил, предусматривающих наложение штрафов за так называемое плановое устаревание, а именно набор методов и технологий, с помощью которых производитель в случае проектирования потребительских товаров намеренно сокращает срок службы или потенциальное использование этих товаров с целью повышения коэффициента их замещения<sup>3</sup>.

Законопроект запрещает производителю производить продукцию, подлежащую плановому устареванию, и направлен на увеличение

<sup>1</sup> Legislative Decree 65/2018, transposing Directive (EU) 2016/1148 («NIS Directive»); and Legislative Decree 53/2018, transposing Directive (EU) 2016/681.

<sup>2</sup> URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=ae5ee175-e3b0-4239-b8c9-ccd296ec2929>.

<sup>3</sup> URL: <https://www.ilvaloreitaliano.it/il-business-dellobsolescenza-programmata-a-discapito-dei-consumatori>



стандартного гарантийного срока с двух до пяти лет для мелких приборов и до 10 лет для крупных.

Кроме того, законопроект предусматривает, что производители или дистрибьюторы, пытающиеся ввести в заблуждение потребителей в результате запрограммированного устаревания, могут быть приговорены к лишению свободы на срок до двух лет и штрафу в размере 300 000 евро<sup>1</sup>.

2. После ряда отсрочек 19 мая 2021 г. вступил в силу Закон от 12 апреля 2019 г. № 31 «О групповом иске» (*Legge 12 aprile 2019, n. 31 «Disposizioni in materia di azione di classe»*), предусматривающий положения, направленные на изменение порядка защиты интересов потребителей посредством подачи группового иска<sup>2</sup>.

Хотя Потребительский кодекс изначально предусматривал возможность подачи группового иска для защиты прав группы потребителей, данный порядок защиты не был эффективен ввиду сложной процедуры сертификации группового иска (оценки его приемлемости для рассмотрения в порядке группового производства)<sup>3</sup>.

Основными нововведениями Закона № 31 от 12 апреля 2019 г. являются:

– расширение сферы применения группового производства, – теперь групповой иск доступен не только для защиты прав потребителей, но и для всех видов исков о возмещении ущерба (в том числе для юридических лиц в отношениях b2b);

– изменение порядка присоединения к группе, – теперь потребителям доступны два способа присоединения к групповому иску: сразу после принятия искового заявления до начала судебного разбирательства, а также в течение пяти месяцев после вынесения решения по существу;

– введение денежного вознаграждения в случае выигрыша дела как для адвоката стороны истца (т.е. группы), так и для представителя группы (которым может быть член группы-неюрист).

<sup>1</sup> В январе 2021 г. Итальянская ассоциация потребителей Altroconsumo сообщила о подаче группового иска против Apple за практику планового устаревания. В заявлении Altroconsumo говорится, что она требует возмещения ущерба в размере 60 млн евро (73 млн долл.) от имени итальянских потребителей, обманутых этой практикой. Altroconsumo заявила, что иск касается владельцев iPhone 6 и 6 Plus, 6S и 6S Plus, продажи которых в Италии составили около 1 млн телефонов в период с 2014 по 2020 г. Два аналогичных требования к Apple были поданы в Бельгии и Испании. URL: <https://www.reuters.com/article/us-italy-apple-class-action-idUSKBN29U1BB>

<sup>2</sup> URL: <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2019-06-04/italy-legislation-on-class-actions-enacted/>

<sup>3</sup> URL: <https://www.jdsupra.com/legalnews/italy-the-class-action-revolution-7053736/>



**Подводя итог рассмотрению процесса кодификации потребительского законодательства Италии**, важно обратить внимание на следующее.

Во-первых, некорректно употребление термина «кодификация», который традиционно рассматривается в качестве высшей ступени обобщения законодательного материала, применительно к опыту Италии. Как отмечают сами реформаторы и представители итальянской юридической науки, Потребительский кодекс 2005 г. носит характер консолидирующего источника отрасли потребительского права.

Во-вторых, принятие Кодекса было обусловлено необходимостью приведения в соответствие итальянского национального законодательства о защите прав потребителей с положениями различных Директив Европейского союза, в результате чего в Кодексе сведены воедино положения более 20 отдельных законов и декретов<sup>1</sup>, в основном в их первоначальной формулировке.

В-третьих, несомненно на принятие Потребительского кодекса 2005 г., отношения с участием потребителей регулируются и другими законодательными актами (в частности, Гражданским кодексом Италии и Законом о банках и банковской деятельности), а сам Кодекс, как отмечается, открыт для изменений на основании имплементации законодательства ЕС и практики Европейского суда справедливости.

## **§ 5. КОДИФИКАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В БРАЗИЛИИ**

Переход к демократическому режиму и либеральной экономике в Южной Америке ускорил движение в сторону защиты прав потребителей<sup>2</sup>.

Бразильский Кодекс о защите прав потребителей (*Código de Defesa do Consumidor*)<sup>3</sup>, принятый 11 сентября 1990 г. (вступил в силу 11

---

<sup>1</sup> См.: Директива 85/374/ЕЕС (создание безошибочного режима строгой ответственности); Директива 1999/34/ЕС (строгая ответственность за дефектные и небезопасные изделия); Директива 92/59/ЕЕС (общее требование безопасности, согласно которому «ни один производитель не должен размещать продукт на рынке, если он не является безопасным продуктом»); Директива 2001/95/ЕС (общая безопасность продукции; введение обязательства для производителей уведомлять соответствующие государственные органы, если у них есть информация о том, что их продукция представляет опасность для потребителей, что может привести к обязательному отзыву продукции) и др.

<sup>2</sup> См.: *Guidry R.A.* Need for Mercosul Harmonization: Brazil's Consumer Protection Law as the Focal Point, 24 *Loy. L.A. Int'l & Comp. L. Rev.* 361 (2002). Pp. 361–389.

<sup>3</sup> URL: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm)

марта 1991 г.), являющийся наиболее всеобъемлющим законодательным актом в области защиты прав потребителей в Южной Америке, оказал влияние на разработку законов о защите прав потребителей во всем регионе.

Будучи крупнейшим членом МЕРКОСУР<sup>1</sup> и первой страной, принявшей самостоятельное законодательство о защите прав потребителей, Бразилия сыграла важнейшую роль в разработке законодательства в указанной сфере.

Первый шаг на пути к нынешнему стандарту защиты прав потребителей в Бразилии был сделан в 1988 г. с принятием бразильской Конституции. Положения Конституции создают обязательство по принятию законодательства, касающегося защиты прав потребителей, а также по созданию экономического порядка, который подчиняется принципам защиты прав потребителей. Например, ст. 5 Конституции, в которой говорится о равенстве в соответствии с законом, обязывает государство поощрять защиту потребителей, а разд. 5 ст. 150 посвящен принципу доступности информации, например информации, относящейся к налогам на товары и услуги.

**Общая характеристика Кодекса защиты прав потребителей 1990 года.** Упоминание Кодекса в Конституции отражает исключительное значение защиты прав потребителей для бразильского частного права с точки зрения его социальной функции; меры защиты, предоставляемые потребителю, выходят за рамки простого экономического понятия и включают в себя защиту жизни, здоровья и безопасности.

Кодекс регулирует «вопросы защиты здоровья и безопасности потребителей, ответственности за качество продукции и услуг, деловой практики, договоров о присоединении, обманных практик, взыскания долгов и недобросовестных условий договоров с потребителями». В нем также устанавливаются судебные и административные санкции. Обязательным аспектом Кодекса является признание уязвимости потребителей на рынке.

Благодаря своей обширной структуре Кодекс охватывает защиту прав потребителей более тщательно, чем другие законы. Однако Кодекс не исчерпывает этого предмета. Для того чтобы в полной мере осознать масштаб Кодекса, необходимо понимать, что на его структуру и содержание большое влияние оказали ранее существовавшие законодательные модели: мексиканский Федеральный закон о за-

---

<sup>1</sup> Образовано от исп. *Mercado Común del Sur*, порт. *Mercado Comum do Sul*. МЕРКОСУР — объединение части стран Латинской Америки на основе экономической интеграции.

щите потребителей 1975 г. (*Ley federal de protección al consumidor*) и Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей<sup>1</sup>.

Хотя Кодекс представляет собой основной законодательный акт в сфере защиты прав потребителей, он не является единственным источником прав и обязанностей, применимых к потребительским отношениям. Для восполнения пробелов в Кодексе можно также применять общие законы (например, Гражданский кодекс Бразилии). Кроме того, существуют различные федеральные законы, регулирующие правоотношения с участием потребителей в конкретных отраслях: страхование, телекоммуникации, интернет-среда, медицина, финансовые услуги и др. Кодекс 1990 г. также оказал немалое влияние на процессуальное право, так как на основании Закона № 9.099/1995 были созданы специальные суды по гражданским и уголовным делам, в которых рассматривается значительное число исков потребителей.

Таким образом, Кодекс 1990 г. является законом *смешанного характера*, поскольку в нем содержатся нормы материального гражданского, административного и уголовного права, а также процессуальные нормы.

**Сфера действия.** Кодекс регулирует потребительские отношения, касающиеся широкого спектра потребительских товаров и услуг, от товаров длительного пользования и скоропортящихся товаров до материальных и нематериальных активов. «Услуги», как они определены в Кодексе, включают в себя любую деятельность с участием потребителя, такую как банковская, финансовая, кредитная и охранная деятельность. Деятельность, связанная с трудовыми отношениями, не включается в понятие «услуги», содержащееся в Кодексе. Так же широко Кодекс подходит к определению потребителя и производителя.

Статья 2 Кодекса определяет потребителя как конечного потребителя продукта или услуги без проведения различия между физическими и юридическими лицами, а также между покупателями и пользователями. На практике Кодекс предоставляет равную защиту потребителям и всем тем, кто стал жертвой несчастных случаев в связи с дефектами или в результате любых неправомерных действий, перечисленных в ст. 17 и 29 Кодекса.

Что касается юридической науки, то для определения потребителя существуют два подхода: «широкий» и «узкий» (теория конеч-

---

<sup>1</sup> Приняты Генеральной Ассамблеей ООН 9 апреля 1985 г. (в настоящее время действует пересмотренная редакция 2015 г.).

ного пользователя). Согласно первому подходу под потребителем понимается лицо, которое фактически приобретает товар на рынке, независимо от цели его приобретения, тем самым понятием «потребитель» охватываются и профессиональные участники оборота. Согласно второй теории потребителем считается фактический и экономический получатель продукта, который не использует его профессионально, исключая, таким образом, промежуточное потребление, при котором продукт возвращается в производственную цепочку.

Высший суд правосудия Бразилии воспринял теорию конечного пользователя, но эта теория сдержанно применяется в отношении юридических лиц: суды распространяют применение Кодекса на те случаи, когда потребитель не является конечным получателем товара или услуги, но все же уязвим для действий поставщика (техническая, юридическая, фактическая или информационная уязвимость).

Кодекс не применяется, когда ни одна из сторон не считается потребителем в смысле, указанном выше. Вместо этого будут применяться общие правила, изложенные в Гражданском кодексе, который уравнивает в правах продавца и покупателя товаров и услуг.

**Права потребителей и ответственность государства.** В гл. III разд. I Кодекса 1990 г. изложены девять основных прав потребителей:

1) на защиту жизни и здоровья человека от вредных или опасных воздействий при поставке товаров и услуг;

2) на просвещение и раскрытие информации о правильном потреблении товаров и услуг, обеспечивающее свободу выбора и равенство в договорах;

3) на адекватную и четкую информацию о различиях в товарах и услугах с правильной спецификацией количества, характера, состава, качества, цены и рисков;

4) на защиту от вводящей в заблуждение и недобросовестной рекламы, от принудительной и недобросовестной деловой практики, а также от обманных действий при поставке товаров и услуг;

5) на договорное правомочие изменять оговорки, устанавливающие несоразмерные платежи, и пересматривать целые контракты в тех случаях, когда последующие случаи делают их излишне обременительными;

6) на эффективное предотвращение и возмещение индивидуального и коллективного имущественного и морального ущерба;

7) на доступ к судебным и административным средствам защиты;

8) на защиту прав потребителей путем возложения бремени доказывания на продавца (производителя, поставщика) в рамках граждан-

ского судопроизводства, когда, по усмотрению суда, утверждение потребителя может оказаться правдивым или когда потребитель находится в неблагоприятном положении;

9) на адекватное и эффективное общее предоставление публичных услуг.

Раздел I гл. II устанавливает национальную политику в области отношений с потребителями. В основе указанной политики лежат признание уязвимости потребителя и стремление к сохранению его экономических интересов, защита достоинства личности, безопасности и здоровья потребителей. Признание уязвимости потребителей свидетельствует о том, что правительство берет на себя ответственность за защиту потребителей в рыночных отношениях. В главе предусмотрено ряд эффективных мер, которые правительство должно принимать для защиты потребителей.

Кодекс санкционировал создание Национальной системы защиты прав потребителей. Эта система состоит из частных организаций и федеральных, государственных и муниципальных учреждений, а также учреждений Федерального округа, включая фонды защиты прав потребителей (известные как *Procons*), общественные объединения по защите прав потребителей и государственную прокуратуру.

Существует множество государственных и частных организаций, образующих Национальную систему защиты прав потребителей, и в целях содействия сотрудничеству между ними был создан Департамент охраны и защиты прав потребителей — федеральное агентство при Министерстве юстиции. Многие функции этого департамента были взяты на себя в 2012 г. Национальным управлением по делам потребителей (*Senacon*), также подчиненным Министерству юстиции.

*Senacon* осуществляет деятельность по обслуживанию Национальной информационной системы защиты прав потребителей (*Sindec*), а также отвечает за управление и проверку отзывов о продукции<sup>1</sup>. Кроме того, *Senacon* консультирует потребителей по поводу их прав и получает жалобы или предложения от представительств, государственных или частных юридических лиц; он определяет, были ли нарушены права потребителей, и применяет административные санкции в сотрудничестве с фондами защиты прав потребителей (*Procons*). Создание указанных фондов зависит от администрации каждого из штатов и муниципалитетов. В землях и федеральном

---

<sup>1</sup> В статье 10 Кодекса защиты прав потребителей (§ 1 и 2) установлена обязанность производителей сообщать властям и потребителям о любых возможных рисках, связанных с использованием продукта, выявленных после его выпуска на рынок.

округе уже существуют фонды защиты прав потребителей с представительствами в столицах штатов, а также в других важных городских центрах. Основной целью фонда является гармонизация отношений между потребителями и производителями посредством планирования, координации и проведения национальной и государственной политики в области охраны и защиты прав потребителей.

Кроме того, фонды защиты прав потребителей занимаются урегулированием претензий потребителей в целях минимизации судебных процессов. Жалобы потребителей могут также привести к административному разбирательству. В случае подтверждения факта нарушения прав потребителей фонд (*Procon*) может применить к производителю такие административные санкции, как штрафы, изъятие продуктов или услуг с рынка, отмена регистрации и разрешения на продажу продуктов или услуг в компетентном органе, а также запрет на производство или импорт продуктов.

Ассоциации по защите гражданских прав потребителей являются некоммерческими частными организациями. Они занимаются параллельно с государственными органами защитой индивидуальных или групповых прав и интересов потребителей. Если они осуществляют свою деятельность более года, то согласно Кодексу 1990 г. приобретают право на подачу групповых исков от имени потребителей.

Прокуратура уполномочена путем создания прокуратур при судах по защите прав потребителей расследовать любые нарушения законодательства о защите прав потребителей и подавать иски в целях защиты коллективных интересов потребителей.

**Защита прав потребителей в финансовой сфере.** Статья 52 разд. I Кодекса регулирует раскрытие информации о кредитных договорах. Указанная статья предусматривает, что до заключения кредитного договора поставщик должен предоставить клиенту надлежащую информацию:

- 1) о цене продукта или услуги в национальной валюте;
- 2) о процентной ставке за просрочку и фактической годовой процентной ставке;
- 3) о процентах, допустимых законом;
- 4) о количестве и об интервале рассрочек;
- 5) об общей сумме, подлежащей уплате.

В ст. 52 также уточняется, что штрафы в отношении потребителя за невыполнение кредитного обязательства не могут превышать 10% от суммы долга полностью или частично с пропорциональным уменьшением процентов и применимых сборов.

Права потребителей в отношении кредитных записей и банковской информации также указаны в разд. I. Кодекс 1990 г. предусма-

твивает, что потребители должны иметь доступ к любой кредитной информации, касающейся личных данных потребителя, а также к источникам такой информации. Кроме того, данные о потребителях кредитных услуг должны быть объективными, ясными, правдивыми, легко понятными и не должны содержать негативной информации, срок которой превышает пять лет. В случае обнаружения неточностей в записях потребители могут потребовать их исправления, а работник банка в течение пяти рабочих дней должен сообщить об изменениях всем, кто получил неточную информацию.

Кодекс также рассматривает требования по ведению, сбору и распространению кредитной информации. Раздел 5 гл. V ограничивает методы, которые могут быть использованы для взыскания потребительских долгов. Например, при взыскании долгов потребитель не должен подвергаться насмешкам, каким-либо ограничениям или угрозам.

**Положения, касающиеся продажи товаров потребителям.** Кодекс 1990 г. уделяет особое внимание продаже товаров и оказанию услуг, а также условиям потребительских договоров, сопряженным со злоупотреблениями. В предложении о продаже должны быть указаны характеристики, качество, количество, состав, цена, гарантийные обязательства продавца (производителя), срок действия и происхождение данного продукта или услуги. Предложения должны раскрывать любые риски для здоровья и безопасности потребителя, а также быть точными, ясными и легко читаться на португальском языке.

Если поставщик товаров и услуг отказывается выполнять требования, указанные в презентации или рекламе товара, потребитель может по своему выбору:

- 1) потребовать принудительного соблюдения условий предложения, рекламы;
- 2) принять другой эквивалентный товар или услугу;
- 3) расторгнуть договор и потребовать возмещения любых убытков, ущерба или авансовых платежей.

В случае прекращения производства или импорта товара иностранными производителями гарантируется поставка запасных частей или компонентов. Поставка должна поддерживаться в течение разумного периода времени в соответствии с законом после прекращения производства или импорта. Разумный срок определяется путем изучения характера продукта, срока, в течение которого продукт был импортирован, количества продуктов, проданных в стране, объема продаж и характера запасных частей.



Кодекс 1990 г. определяет некоторые положения в договорах купли-продажи товаров или услуг как несправедливые и, следовательно, недействительные. Многие из запрещенных положений касаются возможности для поставщика в одностороннем порядке изменять договорные условия и обязательства, связанные с исполнением контракта. Остальные договорные запреты носят более общий характер, например запрет на положения, нарушающие правила охраны окружающей среды.

Помимо запрета недобросовестных положений, Кодекс 1990 г. запрещает ряд вводящих в заблуждение видов деловой практики. Такое регулирование направлено на ограничение злоупотреблений и устранение неравенства между поставщиками товаров и услуг и потребителями. Это также отражено в общем правиле толкования Кодекса, согласно которому любой потребительский договор должен толковаться в пользу потребителя.

**Реклама и продвижение товаров.** Кодекс запрещает любую вводящую в заблуждение и недобросовестную рекламу. Реклама вводит в заблуждение, когда она полностью или частично является ложной или когда она вводит потребителя в заблуждение относительно характеристик, качества, количества, свойств, происхождения, цены или любых других свойств товара или услуги. Согласно Кодексу потребитель также может быть введен в заблуждение из-за умолчания продавца или производителя товара. Реклама является несправедливой в том случае, если она дискриминирует, подстрекает к насилию, эксплуатирует страхи и суеверия, использует неопытность детей, пренебрегает защитой окружающей среды или побуждает потребителей причинять вред их здоровью. Рекламодатель несет бремя доказывания во всех вопросах, касающихся точности и правдивости его рекламы. Кодекс направлен на обеспечение того, чтобы реклама информировала потребителей, а не обманывала их.

**Дефекты товаров или ненадлежащее оказание услуг.** В соответствии с Кодексом 1990 г. поставщики изделий (вне зависимости от срока службы) несут солидарную ответственность за дефекты качества или количества, которые снижают стоимость изделия или делают его непригодным или недостаточным для предполагаемого потребления. Поставщики несут также ответственность за дефекты, возникшие в результате несоответствия информации, представленной на упаковке и этикетках или в рекламе, касающейся характера продукта. В этом случае потребитель имеет право потребовать замены дефектной детали или продукта.

Потребителю доступны три конкретных средства правовой защиты, если дефект не будет устранен в течение 30 дней:



§ 5. Кодификация законодательства в области защиты прав потребителей...

- 1) замена продукта на другой продукт того же вида в отличном состоянии для использования;
- 2) немедленный возврат уплаченной цены;
- 3) пропорциональное снижение цены.

Стороны могут договориться о продлении или сокращении срока, в течение которого потребитель может потребовать применения средства правовой защиты, но срок не может составлять менее 7 и более 180 дней. Кроме того, в договорах о присоединении потребители должны отдельно соглашаться с его условиями в явном виде.

Наряду с регулированием правовых последствий, связанных с дефектными продуктами, Кодекс 1990 г. рассматривает характеристики, которые делают продукты непригодными для использования или потребления. Это положение распространяется также и на поставщиков услуг. Поставщик услуг несет ответственность за дефекты, делающие услугу непригодной для потребления, снижающие стоимость услуги, или за несоблюдение информации, содержащейся в предложении или рекламе. Потребитель имеет право на те же средства правовой защиты, которые доступны в устранении дефектов товара.

**Солидарная ответственность производителей товара.** Кодекс устанавливает строгую ответственность производителей: все поставщики в цепи потребления отвечают за любые дефекты в продуктах или услугах, независимо от доказательства их вины. Таким образом, потребители, столкнувшиеся с дефектом товара, могут предъявить иск о возмещении морального или имущественного ущерба любому из субъектов потребительской цепочки.

Кроме того, согласно Кодексу нельзя разделить ответственность за ущерб между поставщиками в отношении одного конкретного потребителя в рамках одного и того же процесса. Поскольку ответственность является солидарной, поставщик должен возместить ущерб потребителю в полном объеме, за исключением случаев, когда существует право на регресс по отношению к ответственной стороне в самостоятельном процессе.

В случае правопреемства компании-правопреемнику может быть предъявлен иск о возмещении любых убытков, возникших в связи с дефектами или недостатками в продуктах или услугах, предоставленных компанией-правопредшественником.

Как правило, ответственность несет юридическое лицо, выступающее поставщиком. Партнеры и руководители могут быть привлечены к ответственности в исключительных случаях, только при злоупотреблениях со стороны юридического лица. Согласно ст. 50 Гражданского кодекса в случаях таких злоупотреблений, характеризующихся

изменением цели или смешением родовых связей в отношении корпоративной структуры, судья может распространить обязательства на частные активы руководителей или партнеров юридического лица.

**Возмещение ущерба.** По искам о гражданско-правовой ответственности поставщика товаров и услуг потребитель может требовать полной компенсации за любой причиненный ущерб, который включает в себя не только реальный ущерб, но и упущенную выгоду. Более того, как уже было сказано, закон обеспечивает возможность возмещения морального ущерба.

Статья 56 Кодекса устанавливает исчерпывающий перечень административных санкций, которые могут быть применены организациями, входящими в состав Национальной информационной системы защиты прав потребителей, в случае нарушения изложенных в Кодексе правил. Это:

- a) штрафы;
- b) наложение ареста на бракованную продукцию;
- c) уничтожение продукции;
- d) отмена регистрации;
- e) запрет на производство продукции;
- f) приостановка поставок;
- g) временное приостановление деятельности;
- h) аннулирование концессии или разрешения на использование;
- i) аннулирование лицензии или закрытие предприятия;
- j) административное вмешательство;
- k) опровержение в СМИ.

Эти санкции могут применяться органами власти на кумулятивной основе, в том числе путем наложения запрета, до или во время административного разбирательства по расследованию нарушений законодательства о защите прав потребителей.

В ст. 61–74 Кодекса также установлены составы преступлений, посягающие на права потребителей. Такие преступления, хотя и редки, могут наказываться штрафом и лишением свободы должностных лиц, директоров или представителей производителей на срок до двух лет.

**Опасная продукция.** Продукты и услуги, размещенные на потребительском рынке, не должны ставить под угрозу здоровье или безопасность потребителей и предполагают для них только те риски, которые считаются нормальными и предсказуемыми в связи с характером и использованием продукта. При любых обстоятельствах поставщики должны предоставлять потребителю необходимую и адекватную информацию. Поставщики потенциально опасной продукции должны предоставлять заметную и достаточную

информацию об опасном характере продукции и не могут сознательно размещать крайне опасную продукцию на потребительском рынке.

Кодекс 1990 г. возлагает на производителей, включая иностранных производителей, импортеров, дистрибьюторов и продавцов, строгую ответственность за дефекты, которые наносят вред потребителю. Согласно Кодексу продукт является дефектным, если он не обладает характеристиками безопасности, предъявляемыми законом. Как правило, изготовитель, застройщик, производитель или импортер несут ответственность, если только не очевидно, что они не размещали продукт на рынке. Производитель, фактически выпустивший продукт на рынок, не несет ответственность, если будет установлено, что дефекта не существует или если вина лежит исключительно на потребителе или третьем лице. Продавец, однако, несет ответственность только в том случае, если производитель, застройщик или импортер не могут быть идентифицированы или, в случае скоропортящихся товаров, товар не был надлежащим образом сохранен.

Поставщики услуг несут ответственность при тех же обстоятельствах, что и поставщики товаров.

**Основания для предъявления иска о защите прав потребителей.** Основными причинами, по которым поставщики товаров и услуг могут быть привлечены к ответственности за убытки, понесенные потребителями, являются наличие недостатков или дефектов в товарах и услугах, непредставление четкой информации потребителям о свойствах товаров или услуг, а также вводящая в заблуждение реклама или реклама, нарушающая правила, установленные нормами Кодекса 1990 г.

Так, товар считается дефектным, если он не обеспечивает ту безопасность, которую от него ожидают, с учетом следующих аспектов:

- предложение товара к продаже;
- использование товара и риски, которые могли обоснованно возникнуть в связи с таким использованием;
- время введения товара в обращение.

Исходя из этого дефектами, связанными с качеством и количеством товара, являются такие дефекты, которые делают товар не соответствующим предполагаемому потреблению или недостаточным для него или каким-либо образом уменьшают его ценность. Неисправность товара будет иметь место и в случае несоответствия между характеристиками, указанными на его таре, упаковке, этикетке или в рекламе, и самим продуктом.

В частности, изделие может считаться дефектным в результате ошибок при его проектировании, изготовлении, сборке, упаковке

или использовании, а также в результате предоставления недостоверной или несоответствующей действительности информации о его использовании и рисках, связанных с использованием. В таком случае закон устанавливает, что отечественный или иностранный производитель, застройщик и импортер возмещают убытки, понесенные потребителем, независимо от вины, тогда как продавец отвечает за такие убытки только в случае, если производитель, застройщик или импортер неизвестны или если товар поставляется без четкой идентификации производителя, застройщика или импортера, а также если товар неправильно хранится.

Аналогичным образом услуга считается дефектной, если она не обеспечивает ожидаемую безопасность, принимая во внимание такие обстоятельства, как:

- способ оказания услуги;
- результат оказания услуги;
- риски, которые можно разумно ожидать;
- срок оказания услуги.

В случае дефектности услуги ее поставщик несет ответственность за убытки, понесенные потребителем, независимо от его вины.

Потребители могут потребовать устранения неисправности дефектного товара в течение 30 дней. По истечении этого срока, если неисправность не устранена, потребители могут по своему усмотрению потребовать замены товара на другой, находящийся в идеальном рабочем состоянии, немедленного возврата уплаченной суммы с учетом инфляции или возврата цены товара, пропорциональной его недостаткам.

Аналогичным образом в случае неудовлетворенности качеством услуги, а также при несоответствии между предоставляемыми услугами и их описанием в предложении или рекламе потребители вправе требовать повторного оказания услуги без дополнительной оплаты, немедленного возврата уплаченной суммы с учетом инфляции или возврата цены услуги, пропорциональной его недостаткам.

Кроме того, потребитель может обратиться за взысканием морального ущерба, однако, несмотря на удовлетворение таких требований размер выплачиваемой компенсации на практике невелик.

Наконец, поставщики товаров и услуг могут быть привлечены к уголовной ответственности за нарушения прав потребителей (ст. 61–80 Кодекса 1990 г.), однако ее могут нести только физические лица при условии их вины, а наказания варьируются от наложения штрафов до лишения свободы на срок до двух лет.

**Защита персональных данных потребителей в Бразилии.** В Бразилии до 2018 г. не существовало всеобъемлющего свода правил, касаю-

щихся хранения, доступа и обработки персональных данных. В 2018 г. был принят Общий закон о защите персональных данных № 13.709/2018 (*Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, LGPD*)<sup>1</sup>. LGPD вступил в силу 18 сентября 2020 г., однако положения о штрафных санкциях подлежат применению только с 1 августа 2021 г.

**Защита потребителей финансовых услуг в Бразилии.** Кодекс защиты прав потребителей Бразилии распространяется на потребителей всех товаров и услуг, включая финансовые услуги. Кроме того, рамочным законом для отрасли финансовых услуг является Закон № 4.595 1964 г., на основании которого были созданы Национальный валютный совет Бразилии, Центральный банк Бразилии, Банк и Национальный банк экономического развития. Закон не затрагивает непосредственно вопросы защиты прав потребителей, но предоставляет полномочия Национальному валютному совету и Центральному банку устанавливать правила защиты прав потребителей. Однако специальной нормы, устанавливающей, что иные отраслевые законы не могут ухудшать положение потребителя, в Кодексе не содержится.

#### **Процессуальные особенности рассмотрения дел о защите прав потребителей**

*Юрисдикция.* В соответствии с Кодексом потребитель имеет право подать гражданско-правовой иск против поставщика товаров и услуг, находящегося в юрисдикции его постоянного места жительства. Кроме того, оговорки о выборе юрисдикции в потребительских договорах могут быть оспорены потребителем при условии, что предъявление иска в согласованной юрисдикции будет препятствовать или затруднит защиту прав потребителей. В большинстве случаев суды признают недействительными оговорки о выборе юрисдикции в потребительских договорах, тем самым отдавая предпочтение подаче исков по месту нахождения потребителя.

Оговорки, включенные в потребительские договоры, устанавливающие обязательность обращения в арбитраж, автоматически признаются недействительными, как это прямо предусмотрено в п. 7 ст. 51 Кодекса.

Дела с участием потребителей и поставщиков рассматриваются в государственных судах по гражданским делам. Решение, вынесенное судом первой инстанции, может быть обжаловано в апелляционном суде штата. Затем решение может быть обжаловано в Федеральном верховном суде. Проведение слушания по апелляционным жалобам вышестоящими судами зависит от выполнения определенных фор-

<sup>1</sup> URL: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm)

мальных требований, и подавляющее большинство апелляционных жалоб даже не рассматривается ни одним из судов.

Кроме того, существуют суды малых исков — юрисдикционные органы, цель которых заключается в более оперативном примирении, вынесении решений и обеспечении исполнения решений по менее сложным делам. Цена иска по таким спорам не должна превышать 40 минимальных размеров заработной платы. В судах по небольшим искам нет необходимости авансировать судебные расходы, и в том случае, если решение не обжалуется, ни одна из сторон не может понести расходы, связанные с проигрышем дела. Такая мера призвана облегчить защиту прав потребителей.

Вопрос о том, подавать иск о гражданско-правовой ответственности поставщика в суд общей юрисдикции или в суд малых исков, решается по усмотрению потребителя. Дела рассматриваются в судах малых исков в упрощенной процедуре. В частности, не допускается подача промежуточных апелляций, запрещается представление всех иных доказательств, кроме письменных, а также вступление в процесс третьих лиц. Решение, вынесенное судом по малому иску, может быть обжаловано без приостановления его исполнения в коллегию, состоящую из трех судей, которые могут либо единогласно, либо большинством голосов оставить в силе или отменить решение.

*Распределение бремени доказывания.* Общее правило бразильского процессуального права заключается в том, что каждая сторона обязана доказать те обстоятельства, на которые она ссылается в обоснование своих требований и возражений. Однако при определенных обстоятельствах бремя доказывания может быть перераспределено. Например, ст. 6 Кодекса 1990 г. предусматривает возможность перераспределения бремени доказывания в пользу потребителя в гражданских делах в целях защиты его прав в суде. Однако такое перераспределение бремени доказывания не является автоматическим в силу закона и зависит от усмотрения суда, который должен проверить, являются ли исковые требования потребителя обоснованными и действительно ли существует уязвимость потребителя перед поставщиком. Кроме того, суд проверяет, будет ли такое перераспределение бремени доказывания способствовать представлению доказательств.

*Защита по иску о нарушении прав потребителя.* Ответственность производителя за убытки, причиненные потребителям его продуктами или услугами, является строгой и неукоснительной, и потребитель должен доказать наличие убытков и их причинно-следственную связь с недостатком или виной, чтобы потребовать компенсации, независимо от любых доказательств вины поставщика.

## § 5. Кодификация законодательства в области защиты прав потребителей...

Чтобы избежать ответственности, производитель (поставщик) продукции должен полагаться на одно из исключений, изложенных в п. 3 ст. 12 Кодекса 1990 г.

В первую очередь поставщик может доказать, что он не нес ответственности за размещение дефектной продукции на рынке. Однако на это исключение нельзя полагаться даже в том случае, если поставщик выпустил продукт в оборот только для того, чтобы его испытать. Аналогичным образом поставщик, предоставивший свой продукт агентом или представителем, не может рассчитывать на это, чтобы освободить себя от ответственности.

Во втором случае поставщик не будет привлекаться к ответственности, если сможет доказать отсутствие предполагаемого дефекта.

Наконец, поставщик не будет нести ответственности за ущерб, который был причинен в результате ненадлежащего использования продукта потребителем или третьей стороной. Исключение ответственности поставщика услуг происходит в аналогичных случаях. Согласно п. 3 ст. 14 Кодекса 1990 г. ответственность поставщика исключается, если он докажет, что дефекта не существует или что ущерб был полностью причинен по вине потребителя или третьих лиц.

Срок исковой давности, применимый к требованиям потребителей о возмещении ущерба, основанным на ответственности за качество продукции или услуг, составляет пять лет с момента, когда потребителю стало известно об ущербе и об ответственности за такой ущерб. Общие положения о сроке исковой давности, установленные бразильским законодательством, допускают прерывание срока исковой давности только один раз и только в ограниченных случаях.

*Участие в деле свидетеля-эксперта.* Когда «доказательство факта нарушения прав потребителя зависит от технических или научных знаний, суд опирается на помощь эксперта в соответствии с положениями статьи 157 Кодекса». В случаях, связанных с ответственностью за качество продукции, обычно представляются заключения эксперта для определения фактического существования и причин предполагаемых проблем.

После предоставления доказательств суд назначает эксперта, которого он считает надежным свидетелем-экспертом, а также позволяет сторонам назначать своих собственных экспертов и формулировать вопросы для урегулирования спорного вопроса.

Назначенные сторонами эксперты могут принимать участие во всех процедурах представления экспертных доказательств, участвуя в слушаниях, а затем представляя техническое заключение, содержащее их выводы по заключению назначенного судом эксперта.



После представления доказательств экспертами стороны могут также просить о том, чтобы свидетель-эксперт был заслушан для дачи разъяснений. Однако показания такого свидетеля-эксперта рассматриваются не как свидетельские показания, а как продолжение ранее начатых показаний эксперта.

Следует отметить, что ничто не мешает суду использовать другие виды доказательств для принятия окончательного решения. Кроме того, мнения свидетелей-экспертов зачастую оказываются неубедительными.

*Стадия раскрытия доказательств.* В бразильском процессуальном праве, как и во многих странах, относящихся к системе романо-германского права, не предусмотрена стадия раскрытия доказательств. Доказательства обычно представляются в ходе самого судебного разбирательства.

Исключений из таких правил мало, но они применимы только в тех случаях, когда заинтересованная сторона обоснует срочность представления доказательств до подачи иска. В исках об ответственности за качество продукции это исключение обычно применяется в случаях, когда необходима экспертиза, однако ожидание предъявления иска и начало этапа представления доказательств может помешать проведению анализа экспертом в связи с гибелью предположительно дефектного продукта. Стороны могут также просить суд обязать противоположную сторону представить документы в суде.

При рассмотрении требований об ответственности за предположительно бракованную продукцию применимы все установленные законом средства доказывания, однако в большинстве случаев, учитывая характер таких вопросов, важное значение имеют заключения эксперта, разъясняющие спорные вопросы, касающиеся предполагаемого производственного дефекта<sup>1</sup>.

**Подводя итог анализу процесса кодификации потребительского законодательства в Бразилии,** необходимо обратить внимание на следующее.

Во-первых, принятие Кодекса защиты прав потребителей 1990 г. является реализацией положений Конституции Бразилии 1988 г. и подчеркивает важность защиты прав потребителей в новом политическом и экономическом устройстве рассматриваемого государства.

Во-вторых, Кодекс представляет собой закон смешанного характера, так как в нем содержатся нормы материального гражданского, административного и уголовного права, а также процессуальные нормы.

---

<sup>1</sup> О групповых исках о возмещении вреда, причиненного потребителям, см. подпараграф 8.2 гл. II настоящей работы.



## § 6. Законодательные подходы к защите прав потребителей в США

В-третьих, принятие Кодекса оказало существенное влияние на развитие потребительского законодательства во многих странах Южной Америки.

В-четвертых, несмотря на наличие единого кодифицированного акта, регулирующего вопросы защиты прав потребителей, указанные отношения регламентируются и иными источниками (Гражданский кодекс Бразилии, законодательство о страховании, банковской деятельности и т.д.).

### § 6. ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В США

В Соединенных Штатах Америки приняты различные законы, обеспечивающие защиту прав потребителей как на федеральном уровне, так и на уровне штатов.

В системе правового регулирования на федеральном уровне самостоятельный кодифицированный акт, который комплексно регулировал бы вопросы защиты прав потребителей, отсутствует, что во многом обусловлено сложностью и детализированностью потребительского законодательства, специализацией законов на различных сферах оказания услуг и продажах отдельных категорий товаров, а также действием общих норм гражданского права. Кроме того, в рамках системы органов исполнительной власти действует целый ряд федеральных агентств, осуществляющих подзаконное регулирование и контроль в каждой из сфер.

Нормативным правовым актом общего характера, который принят на федеральном уровне и включает в себя общие нормы о защите прав потребителей, является Закон от 27 октября 1972 г. «О безопасности потребительских товаров» (*Consumer Product Safety Act (CPSA)*), далее — Закон о безопасности потребительских товаров).

Указанный закон стал результатом работы Национальной комиссии по безопасности продуктов (*National Commission on Product Safety, NCPS*) — двухпартийной президентской комиссии, созданной совместной резолюцией Конгресса в конце 1967 г. для исследования «...объема и адекватности мер, применяемых в настоящее время для защиты потребителей от необоснованного риска травматизма, который может быть вызван опасными бытовыми продуктами»<sup>1</sup>. 9 июня 1970 г., спустя почти два года после двухлетних слушаний и исследо-

---

<sup>1</sup> Act of Nov. 20, 1967, Pub. L. No. 90-146, 81 Stat. 466. См.: Page J.A. Consumer Involvement and the Consumer Product Safety Act // Georgetown University Law Center. 1974. Vol. 2. P. 606.

ваний, Национальной комиссией по безопасности продуктов был опубликован доклад, в котором рекомендовалось принять новое законодательство.

В рамках проводимых Конгрессом слушаний основное внимание уделялось версии законопроекта, разработанной указанной Комиссией, что в конечном итоге привело к принятию Закона о безопасности потребительских товаров 1972 г.

В ходе слушаний и дебатов в Конгрессе возникли два основных вопроса, которые в большей степени имеют организационный характер:

— должно ли отвечать за надлежащее исполнение нового закона независимое ведомство либо департамент Министерства здравоохранения, образования и социального обеспечения;

— следует ли передать новому ведомству либо департаменту функции управления по контролю за продуктами питания и косметикой, лекарствами и медицинскими изделиями.

В итоге разд. 4 Закона о безопасности потребительских товаров «для защиты населения от необоснованных рисков получения травм, связанных с потребительскими товарами» был учрежден независимый регулирующий орган — Комиссия по безопасности потребительских товаров США (*Consumer Product Safety Commission, CPSC*, далее — Комиссия) — в качестве постоянного независимого органа федерального Правительства США, а регулирование пищевых продуктов и медикаментов осталось в ведении иных агентств.

Как указано в самом Законе 1972 г., *причинами* его принятия послужили следующие обстоятельства:

1) в торговле распределяется неприемлемое количество потребительских товаров, представляющих необоснованный риск причинения вреда;

2) сложность потребительских товаров и разнообразие характера и возможностей потребителей, использующих их, часто приводят к неспособности пользователей предвидеть риски и адекватно защитить себя;

3) общественность должна быть защищена от необоснованных рисков причинения вреда, связанных с потребительскими товарами;

4) контроль со стороны государственных и местных органов власти за необоснованными рисками причинения вреда, связанными с потребительскими товарами, является недостаточным и может быть обременительным для производителей;

5) существующие федеральные полномочия по защите потребителей от воздействия потребительских товаров, представляющих необоснованный риск причинения вреда, являются недостаточными;

б) для осуществления Закона необходимо регулирование потребительских товаров, распространение или использование которых затрагивает межгосударственную или внешнюю торговлю.

*Целями* Закона о безопасности потребительских товаров указаны:

1) защита общественности от необоснованных рисков причинения вреда, связанных с потребительскими товарами;

2) оказание помощи потребителям в оценке сравнительной безопасности потребительских товаров;

3) разработка единых стандартов безопасности для потребительских товаров и сведение к минимуму противоречий между государственными и местными нормативными актами;

4) содействие проведению исследований и выяснению причин и предотвращению связанных с продуктом смертей, болезней и травм.

Для достижения указанных целей Комиссия по безопасности потребительских товаров наделена целым рядом полномочий в области проведения мониторинга и расследований, установления стандартов безопасности и правоприменения.

Объем компетенции Комиссии в соответствии с Законом о безопасности потребительских товаров в значительной степени определен термином «потребительский продукт». Указанное понятие является широким по охвату, однако ряд продуктов, в отношении которых контроль осуществляют другие специализированные федеральные агентства, исключены из этого определения, а следовательно, из сферы компетенции Управления и области действия данного Закона<sup>1</sup>. Несмотря на это, указанный термин включает в себя более 15 000 видов товаров, которые производятся внутри страны, а также огромное количество потребительских товаров, которые производятся за пределами США и импортируются в страну каждый год<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Например, продукты питания, лекарства, косметика, медицинские приборы, табачные изделия, огнестрельное оружие и боеприпасы, транспортные средства, пестициды, самолеты и лодки. Эти продукты могут попасть в ведение таких агентств, как Управление по контролю за продуктами и лекарствами, Бюро по алкоголю, табаку, огнестрельному оружию и взрывчатым веществам, Министерство сельского хозяйства, Министерство транспорта, Агентство по охране окружающей среды, Федеральное управление гражданской авиации.

<sup>2</sup> Начиная от детских колясок, кроваток и сидений для ванны до зажигалок и спичечных коробков, газонокосилок, открывателей гаражных ворот и телевизионных антенн. По оценкам Комиссии, покрытые потребительские товары играют роль в более чем 1 триллионе долларов расходов страны ежегодно в виде возмещения в результате смертей, болезней, травм и материального ущерба. Учитывая этот широкий уставной мандат и то влияние, которое потребительские товары оказывают на повседневную жизнь населения, Комиссия неизменно представляет интерес для Конгресса, который проводит надзорные слушания в Комиссии и регулярно вносит в отношении ее полномочий законопроекты.

Комиссия имеет полномочия издавать обязательные правила безопасности потребительских товаров при наступлении определенных законом обстоятельств. Вместе с тем в большинстве случаев согласно положениям Закона о безопасности потребительских товаров Комиссия руководствуется «добровольными стандартами безопасности потребительских товаров», которые в основном разрабатываются и развиваются частными компаниями в определенной отрасли промышленности. Вследствие этого Комиссия оказывает техническую помощь и иным образом содействует частным компаниям путем разработки таких добровольных стандартов гораздо чаще, нежели издает обязательные стандарты безопасности посредством нормотворчества. Кроме того, хотя Комиссия имеет полномочия выносить в отношении компаний приказы, обязывающие совершать различные корректирующие действия, именуемые «отзывами», как правило, она может осуществлять эти полномочия только после проведения административного слушания по данному вопросу. При этом любое юридическое лицо, на которое негативно влияет такой приказ, может оспорить его в федеральном суде. Следовательно, в большинстве случаев, прежде чем инициировать принудительный отзыв продукции, Комиссия договаривается с соответствующей компанией о добровольном устранении нарушений требований безопасности продукции на взаимоприемлемых условиях. В противном случае нарушения установленных стандартов безопасности товаров могут повлечь за собой применение мер гражданской или уголовной ответственности.

В целом Закон о безопасности потребительских товаров содержит целый ряд организационных норм, которыми определены компетенция Комиссии, ее полномочия по установлению стандартов безопасности потребительских товаров и проверке и отзыву небезопасных потребительских товаров, порядок их реализации, процедура формирования правил безопасности потребительских товаров, меры ответственности за нарушение законодательных предписаний.

В Закон о безопасности потребительских товаров были внесены значительные изменения с принятием Закона от 14 августа 2008 г. «О повышении безопасности потребительских товаров» (*Consumer Product Safety Improvement Act (CPSIA)*), далее — Закон о повышении безопасности потребительских товаров).

Реформирование потребительского законодательства было во многом обусловлено масштабными отзывами товаров в течение 2007 г., особенно содержащих свинец игрушек и других товаров, используемых детьми. За годы, прошедшие с момента принятия Закона о безопасности потребительских товаров и создания Комис-

сии, ее штат и ресурсы были значительно сокращены, что заставило усомниться в ее способности эффективно выполнять свою миссию. В связи с этим Конгресс рассмотрел законопроекты, направленные на устранение организационных и системных недостатков, реформирование Комиссии и усиление контроля за соблюдением стандартов безопасности потребительских товаров. В частности, с принятием Закона о повышении безопасности потребительских товаров в 2008 г. были внесены следующие изменения:

– увеличены ассигнования на работу и штат Комиссии по безопасности потребительских товаров;

– предъявлены новые требования к испытаниям и документации (каждый производитель продукта, подпадающего под действие правил безопасности потребительских продуктов, обязан предоставить «Общий сертификат соответствия» (*General Conformity Certificate*) для подтверждения соответствия всем правилам безопасности);

– установлены новые приемлемые уровни использования в потребительских товарах отдельных веществ (свинца, фталатов);

– предусмотрены новые и увеличены уже действовавшие штрафы, установлено наказание в виде тюремного заключения за некоторые нарушения;

– введены нормы о защите осведомителей, которые позволяют защитить работников, сообщающих о потенциальных нарушениях законов о безопасности потребительских товаров;

– создана публично доступная информационная база данных о безопасности потребительских товаров, позволяющая потребителям напрямую сообщать о вреде или о риске вреда товара.

Помимо указанных законов, в США действуют многочисленные нормативные правовые акты, устанавливающие регулирование в отношении отдельных категорий товаров.

Федеральный закон от 25 июня 1938 г. «О продовольствии, медикаментах и косметике» (*The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act*, далее — Закон о продовольствии, медикаментах и косметике) представляет собой свод норм (насчитывающий более 900 разделов), принятый Конгрессом в 1938 г.<sup>1</sup> и наделяющий Управление по контролю за продуктами и лекарствами США (*Food and Drug Administration, FDA*, далее — Управление) полномочиями по обеспечению безопасности пищевых продуктов, табачных изделий, биологически активных добавок, фармацевтических препаратов, пере-

<sup>1</sup> Указанный Закон был принят после более 100 смертельных случаев в результате приема сульфаниламида, когда диэтиленгликоль использовался для растворения препарата и получения жидкой формы.

ливания крови, вакцин, медицинских приборов, косметики, кормов для животных и др.

В Закон о продовольствии, медикаментах и косметике неоднократно вносились изменения, но главной его целью и функцией Управления остается создание правовых основ для защиты общественной безопасности продуктов в рамках своей сферы деятельности. Такое обеспечение безопасности происходит путем проверок продуктов, уже имеющихся на рынке, контроля производственной практики компаний и отзывов либо изъятий товаров, не соответствующих предъявляемым требованиям. В отношении новых лекарств, медицинских приборов и пищевых добавок Управление обладает еще более широким кругом полномочий. В частности, в отличие от большинства товаров, продаваемых в США, новые лекарства, медицинские приборы и пищевые добавки должны получить печать Управления о соответствии требованиям безопасности, а лекарства и устройства должны соответствовать дополнительному стандарту «эффективность». В процессе такого одобрения, который часто занимает годы, ученые Управления рассматривают обширные эмпирические исследования, представленные производителями, чтобы оценить безопасность и эффективность каждого нового лекарства или устройства. После поступления продукта в продажу за Управлением также сохраняются контрольные полномочия, реализация которых позволяет отозвать одобрение продуктов ввиду выявления в ходе мониторинга новых проблем безопасности.

Другой важнейшей задачей Закона о продовольствии, медикаментах и косметике является обеспечение раскрытия необходимой информации о продукте, в том числе правдивости и полноты маркировки продукции, указания на содержание питательных веществ, перечисления возможных побочных эффектов и результатов взаимодействия различных лекарств.

Положение Управления было еще больше укреплено в результате принятия Конгрессом в 1958 г. поправки о пищевых добавках (*The Food Additives Amendment*, также называемой «*Delaney Clause*», «поправка Делани»), исключающей возможность одобрения Управлением любой пищевой добавки, вызывающей рак у людей или животных; а в 1962 г. было введено дополнительно требование к производителям лекарств о предоставлении научных доказательств не только того, что их продукты «безопасны» для продажи, но также и того, что они «эффективны» по своему назначению.

Ввиду развития указанных норм, богатой практики их применения американскими судами (речь идет о ряде громких судебных дел

с участием Управления)<sup>1</sup>, а также расширения и уточнения компетенции Управления Закон о продовольствии, медикаментах и косметике является одним из важнейших нормативных правовых актов в США, регулирующих вопросы защиты прав потребителей.

В отношении других товаров и продуктов, специфика которых требует повышенных и самостоятельных стандартов регулирования, американским законодательством предусматриваются специальные законодательные меры по обеспечению безопасности потребителей.

Это относится, например, к химическим веществам, в отношении которых действует Закон от 11 октября 1976 г. «О контроле над токсичными веществами» (*The Toxic Substances Control Act*), и к пестицидам, продажа которых регулируется Федеральным законом от 26 апреля 1910 г. «Об инсектицидах, фунгицидах и родентицидах» (*The Federal Insecticide, Fungicide, and Rodenticide Act, FIFRA*). Контроль за надлежащей реализацией указанных законов относится к компетенции Агентства по охране окружающей среды (*Environmental Protection Agency, EPA*).

Действует целый ряд иных федеральных законов, в содержание которых входят нормы, направленные на защиту потребителей, среди которых Закон от 27 июля 1965 г. «О маркировке и рекламе сигарет» (*The Federal Cigarette Labeling and Advertising Act*), Закон от 3 июня 1953 г. «О легковоспламеняющихся тканях» (*The Flammable Fabrics Act*), Закон от 17 декабря 1963 г. «О чистом воздухе» (*The Clean Air Act*), Закон от 18 октября 1968 г. «О радиационном контроле за здоровьем и безопасностью» (*The Radiation Control for Health and Safety Act*) и др.

По вопросу защиты персональных данных в США отсутствует нормативный правовой акт общего характера, но действуют отраслевые законы, включающие нормы о персональных данных в отдельных сферах. Такие законы основаны на Принципах честной информационной практики (*Fair Information Practice Principles*), разработанных государственными органами совместно с частными компаниями в 1970-х гг. Главным разработчиком выступил Специальный консультативный комитет по автоматизированным системам персональных данных под председательством Уиллиса Х. Уэра, который в своем докладе под названием «Данные, компьютеры и права гражд-

---

<sup>1</sup> Например, в рамках дела «*Rutherford v. United States*» (1980) неизлечимо больные пациенты отстаивали свое право использовать любые вещества, даже не прошедшие одобрение Управлением, если они способны облегчить их страдания.



дан» («*Records, computers and the rights of citizens*», 7 января 1973 г.)<sup>1</sup> предлагал следующие универсальные принципы обеспечения конфиденциальности и защиты данных потребителей и граждан:

— для всех собранных данных должна быть заявлена определенная цель;

— информация, полученная от физического лица, не может быть раскрыта другим организациям или физическим лицам, если это специально не разрешено законом или с согласия физического лица;

— информация, касающаяся отдельных лиц, должна быть точной и актуальной;

— должны существовать механизмы, позволяющие отдельным лицам просматривать данные о них, чтобы обеспечить их точность и актуальность;

— данные должны быть удалены, когда они больше не нужны для достижения заявленной цели;

— передача персональной информации в места, где не может быть обеспечена «эквивалентная» защита персональных данных, запрещена;

— некоторые данные слишком чувствительны, чтобы их можно было собирать, если только нет экстремальных обстоятельств (например, сексуальная ориентация, вероисповедание)<sup>2</sup>.

Эти принципы послужили основой для разработки Федерального закона от 31 декабря 1974 г. «О неприкосновенности частной жизни» (*Privacy Act*), поправок в Закон от 4 июля 1966 г. «О свободе информации» (*Freedom of Information Act, FOIA*) и последующих федеральных законов и иных нормативных актов. Указные принципы легли также в основу разработки международных стандартов защиты конфиденциальности Организацией экономического сотрудничества и развития (*Organization for Economic Cooperation and Development*)<sup>3</sup>.

В целях защиты персональных данных в сфере электронной торговли Федеральная торговая комиссией США (*The United States Federal Trade Commission, FTC*) разработаны Принципы честной информационной практики (*Fair Information Practice Principles, FIPPs*)<sup>4</sup>, которые не являются обязательными, а имеют рекомендательный характер и ориентированы на саморегулирование. Однако Федераль-

<sup>1</sup> URL: <https://aspe.hhs.gov/report/records-computers-and-rights-citizens>.

<sup>2</sup> URL: <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2008/P5077.pdf>.

<sup>3</sup> OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data. September 23, 1980.

<sup>4</sup> Privacy Online: A Report to Congress Federal Trade Commission. June 1998 [Electronic resource]. URL: <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/privacy-online-report-congress/priv-23a.pdf>.



ная торговая комиссия осуществляет оценку отраслевых практик саморегулирования, обеспечивает руководство в разработке информационных практик, использует свои полномочия для обеспечения выполнения корпорациями требований, установленных в их политике конфиденциальности. Несмотря на это, указанные принципы подвергаются критике с точки зрения их необязательности и абстрактности.

Эти принципы, однако, лежат в основе многих отдельных законов как на федеральном уровне, так и на уровне штатов. Примерами такого отраслевого подхода могут служить Закон от 26 октября 1970 г. «О справедливой кредитной отчетности» (*The Fair Credit Reporting Act, FCRA*), Закон от 10 сентября 1978 г. «О праве на финансовую конфиденциальность» (*The Right to Financial Privacy Act, RFPA*), Закон от 21 октября 1986 г. «О конфиденциальности электронных коммуникаций» (*The Electronic Communications Privacy Act, ECPA*) и др.

Основными принципами конфиденциальности, закрепленными в Принципах честной информационной практики, являются:

1) «уведомление / осведомленность», означающий, что потребители должны быть уведомлены об информационной практике организации до того, как предоставят какую-либо личную информацию. В частности, компания должна довести до сведения потребителя следующую информацию:

- идентификация субъекта, собирающего данные;
- определение целей, для которых будут использоваться эти данные;
- идентификация любых потенциальных получателей данных;
- характер собираемых данных и средства, с помощью которых они собираются;
- является ли предоставление запрашиваемых данных добровольным или обязательным;
- меры, принятые сборщиком данных для обеспечения конфиденциальности, целостности и качества данных;

2) «выбор / согласие», означающий предоставление потребителям возможности контролировать, как используются их данные. В частности, выбор относится к вторичному использованию информации помимо непосредственных потребностей сборщика информации для завершения транзакции потребителя. При этом существуют две модели: модель «opt-in» предполагает необходимость выражения согласия на использование данных для иных целей, а модель «opt-out» требует выражения отказа от такого использования;

3) «доступ / участие», предполагающий возможность потребителя не только просматривать собранные данные, но и проверять и оспаривать в упрощенном порядке их точность;

4) «целостность / безопасность», требующий, чтобы сборщики информации обеспечивали точность и безопасность собираемых ими данных;

5) «принудительное исполнение / возмещение ущерба», предусматривающий принудительное обеспечение соблюдения компанией принципов добросовестной информационной практики. Федеральная торговая комиссия определила три типа принудительных мер: саморегулирование со стороны сборщиков информации или назначенного регулирующего органа; частные средства правовой защиты, дающие основания для предъявления иска в суд лицам, чья информация была использована не по назначению; государственное принуждение, которое может включать меры ответственности, налагаемые Правительством США.

К отраслевым законам, в которых предусматриваются правила, направленные на защиту персональных данных потребителей, относится, в частности, Закон от 21 августа 1996 г. «О переносимости и подотчетности медицинского страхования» (*The Health Insurance Portability and Accountability Act*, HIPAA), который закрепляет гарантии защиты личной идентифицируемой информации в сфере здравоохранения и медицинского страхования от мошенничества и кражи. Закон от 26 октября 1970 г. «О справедливой кредитной отчетности» (*The Fair Credit Reporting Act*, FCRA) предусматривает меры, направленные на обеспечение защиты потребителей от умышленного и (или) небрежного включения недостоверной информации в их кредитные отчеты, для чего регулирует сбор, распространение и использование информации о потребителях, включая информацию о потребительских кредитах.

Содержание и предмет регулирования указанных законов, а также ряда иных нормативных правовых актов свидетельствуют о применении отраслевого подхода к защите персональных данных потребителей. Что касается актов общего характера, то они сформулированы в виде необязательных для применения принципов, требующих их детализации на уровне компаний.

Вместе с тем на уровне штатов есть примеры разработки специального законодательства, направленного на обеспечение конфиденциальности данных потребителей. Так, в Калифорнии принят Закон от 28 июня 2018 г. «О конфиденциальности потребителей» (*The California Consumer Privacy Act*, CCPA), который вступил в силу 1 января 2020 г.<sup>1</sup> Указанный закон призван закрепить и гарантировать жителям Калифорнии (sec. 2):

---

<sup>1</sup> URL: [https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill\\_id=201720180AB375](https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=201720180AB375).

## § 7. Законодательство Великобритании в области защиты прав потребителей

- право знать, какие персональные данные о потребителе собираются;
- право знать, продаются ли персональные данные потребителя или раскрываются и кому;
- право сказать «нет» продаже персональных данных;
- право на доступ к своим персональным данным;
- право на равное и недискриминационное обслуживание и равную цену, даже если потребитель осуществляет права, установленные указанным законом.

Калифорнийский закон применяется к любой организации, которая собирает персональные данные потребителей, осуществляет свою деятельность в Калифорнии и удовлетворяет по крайней мере одному из следующих критериев (§ 1798.140):

- имеет годовой валовой доход свыше 25 млн долл. США;
- покупает, получает или продает личную информацию 50 000 или более потребителей или домашних хозяйств;
- зарабатывает более половины своего годового дохода от продажи личной информации потребителей.

В целом калифорнийский закон закрепляет широкий перечень прав потребителей в их взаимоотношениях с продавцами, исполнителями, а также меры ответственности за нарушение компаниями гарантированных законом прав потребителей. К санкциям относятся взыскание убытков путем подачи индивидуальных либо коллективных исков, штрафные санкции за нарушение прав потребителей (7500 долл. за каждое умышленное нарушение и 2500 долл. за каждое непреднамеренное нарушение, § 1798.155).

Таким образом, в США законодательство о защите прав потребителей включает в себя целый ряд различных законов, действие которых распространяется на различные категории продукции и сферы потребительских правоотношений и контроль за реализацией которых возложен на различные агентства в структуре органов исполнительной власти, подчиняющихся Правительству США.

## **§ 7. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ВЕЛИКОБРИТАНИИ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Основным консолидированным законодательным актом в сфере защиты прав потребителей, охватывающим своим действием (за отдельными исключениями) всю территорию Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии, в настоящее время

является Закон от 26 марта 2015 г. «О правах потребителей» (*Consumer Rights Act 2015 — CRA*)<sup>1</sup>.

### **Причины и задачи подготовки Закона о правах потребителей 2015 г.**

До принятия Закона о правах потребителей законодательство Великобритании в рассматриваемой сфере сочетало предусмотренные разными нормативными актами нормы, действовавшие наряду с общим правом (*common law*). Этот комплекс разрозненных норм включал часть положений Закона 1973 г. «О поставках товаров (подразумеваемые условия)» (*Supply of Goods (Implied Terms) Act 1973*), Закона 1977 г. «О несправедливых условиях договоров» (*Unfair Contract Terms Act 1977*), Закона 1979 г. «О продаже товаров» (*Sale of Goods Act 1979*), Закона 1982 г. «О поставках товаров и услуг» (*Supply of Goods and Services Act 1982*), Закона 1994 г. «О продаже и поставке товаров» (*Sale and Supply of Goods Act 1994*), Закона 1998 г. «О конкуренции» (*Competition Act 1998*), Закона 2002 г. «О предпринимательской деятельности» (*Enterprise Act 2002*), а также нормы Правил о несправедливых условиях в потребительских договорах 1999 г. (*Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999*) и был чрезвычайно сложен в применении<sup>2</sup>.

Указанное законодательство было практически недоступным непосредственно для потребителя, если он не имел экспертной поддержки специалиста<sup>3</sup>. Потребители не понимали своих прав и соответственно не могли их защитить.

Кроме того, в законодательстве в недостаточной мере учитывалось наступление цифровой эпохи.

К тому же сосуществование двух отдельных режимов — национального законодательства и законодательства Европейского союза, использовавших разные концепции, терминологию и по-разному распределявших бремя доказывания по делам о защите прав потребителей, создавало правовую неопределенность<sup>4</sup>. Отчасти законода-

<sup>1</sup> URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/contents/enacted>.

<sup>2</sup> См.: *Benchmarking the performance of the UK framework supporting consumer empowerment through comparison against relevant international comparator countries* [Electronic resource]. URL: <http://competitionpolicy.ac.uk/documents/107435/107584/file50027.pdf>

<sup>3</sup> См. подробнее: *Twigg-Flesner C. Some Thoughts on Consumer Law Reform — Consolidation, Codification, or a Restatement?* In: *English and European Perspectives on Contract and Commercial Law — Essays in Honour of Hugh Beale*. L. Gullifer and S. Vogenauer (eds.), Oxford: Hart, 2014 [Electronic resource]. URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2686683](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2686683)

<sup>4</sup> См. об этом: *The Law Commission Consultation Paper No 188 and The Scottish Law Commission Discussion Paper No 139. Para 1.10* [Electronic resource]. URL: <http://>

## § 7. Законодательство Великобритании в области защиты прав потребителей

тельство Евросоюза было имплементировано в национальное законодательство, но без необходимого при этом устранения в последнем несоответствий.

К законодательной реформе Великобританию во многом подтолкнуло также развитие защиты прав потребителей на уровне Европейского союза. В частности, была необходима имплементация новой Директивы о правах потребителей, проект которой был опубликован Европейской комиссией в 2008 г. и которая была призвана заменить четыре действовавшие тогда директивы в сфере прав потребителей<sup>1</sup>.

Сложность, фрагментарность законодательства и нестыковки в разных актах наносили ущерб потребителям, влекли ненужные издержки для бизнеса, снижали эффективность деятельности органов, обеспечивающих соблюдение законодательства в рассматриваемой сфере.

Все это в целом повлекло разработку правительством Великобритании проекта Закона о правах потребителей<sup>2</sup>.

В правительственном докладе о предложениях по изменению законодательства о правах потребителей (Белая книга — *White paper*), направленном в Парламент в 2009 г., были обозначены следующие требования правительства при реформировании законодательства о правах потребителей:

— положения о правах потребителей должны быть изложены просто, понятно и основываться на ключевых принципах защиты потребителей;

— законодательство о правах потребителей должно соответствовать современному рынку и новым способам купли-продажи, которые в дальнейшем будут только развиваться;

— законодательство о правах потребителей должно быть доступно многим, а не отдельным лицам.

Модернизация и упрощение законодательства должны были сопровождаться одновременной имплементацией в нем директив Евросоюза<sup>3</sup>.

---

[www.lawcom.gov.uk/app/uploads/2015/03/cp188\\_Consumer\\_Remedies\\_Faulty\\_Goods\\_Consultation.pdf](http://www.lawcom.gov.uk/app/uploads/2015/03/cp188_Consumer_Remedies_Faulty_Goods_Consultation.pdf)

<sup>1</sup> Принята после доработки в 2011 г. Об этой Директиве см. § 1 гл. I настоящей работы.

<sup>2</sup> См. подробнее: *Twigg-Flesner C.* Op. cit.; Consumer rights Act 2015. Explanatory note. Pp. 5–21 [Electronic resource]. URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/notes>.

<sup>3</sup> A Better Deal for Consumers Delivering Real Help Now and Change for the Future July 2009 HM Government Cm 7669. Pp. 75–83 [Electronic resource]. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/238580/7669.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/238580/7669.pdf).

**Структура и сфера действия Закона о правах потребителей 2015 г.** Закон объединил положения о ключевых правах потребителей в связи с приобретением товаров, оказанием услуг, потреблением цифрового контента и правила о несправедливых условиях потребительских договоров, расширил права потребителей, предусмотрел их особые права в отношении цифрового контента и новые средства защиты.

Названный Закон состоит из трех частей (часть 1 «Потребительские договоры в отношении товаров, цифрового контента и услуг», часть 2 «Несправедливые условия», часть 3 «Прочие и общие положения») и десяти приложений.

Понятия «продавец» (*trader*) и «потребитель» (*consumer*) относятся к ключевым с точки зрения Закона о правах потребителей и раскрываются в нем следующим образом (ст. 2): под продавцом понимается лицо, действующее в целях, относящихся к его торговле, бизнесу, ремеслу или профессии независимо от того, действует он лично или через иное лицо, которое действует от имени продавца или по его поручению, а под потребителем понимается лицо, которое действует в целях, находящихся целиком или главным образом за рамками его торговли, бизнеса, ремесла или профессии. Продавец, заявляющий, что лицо действовало не в указанных целях, должен доказать свое утверждение.

Договоры между потребителями не охватываются действием Закона о правах потребителей.

Закон не применяется в Шотландии к безвозмездным договорам о предоставлении товара или оказании услуги (ст. 3 (3e), 48(3)), а в Англии, Уэльсе и Северной Ирландии применяется к безвозмездным договорам о предоставлении товаров только в том случае, если они заключены в письменной форме с соблюдением особых формальностей.

Закон о правах потребителей оперирует категорией «цифровой контент», которая охватывает как платный цифровой контент, так и предоставляемый вместе с платными товарами и услугами, а также иной цифровой контент, например приложения и покупки внутри приложения, программное обеспечение с открытым исходным кодом, цифровой контент, предоставляемый в обмен на данные о потребителе.

Защита персональных данных в Великобритании осуществляется в соответствии с Законом о защите данных 2018 г. (*Data Protection Act 2018 — DPA*)<sup>1</sup>, которым был имплементирован Общий регламент по защите данных Евросоюза (*GDPR*).

<sup>1</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2018/12/contents/enacted>.

Потребители финансовых услуг пользуются правами, предусмотренными Законом о правах потребителей. В то же время при определении в приложении 2 названного Закона условий потребительских договоров, которые не должны, но могут рассматриваться как несправедливые (таких условий 20, но их перечень не носит исчерпывающего характера), сделаны оговорки о некоторых исключениях из указанных общих правил для сферы финансовых услуг<sup>1</sup>.

**Итоги реформы законодательства о правах потребителей.** Закон о правах потребителей заменил три важнейших акта — Закон 1979 г. «О продаже товаров» (*Sale of Goods Act 1979*), Закон 1982 г. «О поставках товаров и услуг» (*Supply of Goods and Services Act 1982*) и Правила о несправедливых условиях в потребительских договорах 1999 г. (*Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999*).

Вместе с тем законодательство о правах потребителей в Великобритании в настоящее время не сводится к одному Закону о правах потребителей, хотя в нем и сосредоточено большинство положений о правах потребителей и их защите. Помимо названного Закона, ключевыми источниками права в этой сфере выступают:

— Закон о защите потребителей 1987 г. (*Consumer Protection Act 1987*)<sup>2</sup> и Общие правила о безопасности продукции 2005 г. (*General Product Safety Regulations 2005*)<sup>3</sup>, направленные на обеспечение здоровья и безопасности потребителей;

— ч. 8 Закона о предпринимательстве 2002 г. (*Enterprise Act 2002*)<sup>4</sup>, которая предусматривает полномочия определенных органов по предъявлению требований в суд в случае нарушения законодательства о правах потребителей;

— Правила о защите потребителей от недобросовестной торговли 2008 г. (*Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008*)<sup>5</sup>, которые налагают на продавцов общую обязанность вести честную торговлю и запрещают введение в заблуждение и агрессивную практику. Тем самым определяется «черный список» практик, которые признаются несправедливыми и запрещены при любых обстоятельствах;

— Правила о потребительских договорах (информация, расторжение и дополнительные сборы) 2013 г. (*Consumer Contracts (Informa-*

<sup>1</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/schedule/2/enacted>.

<sup>2</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1987/43/contents>.

<sup>3</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2005/1803/contents>.

<sup>4</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/40/contents>.

<sup>5</sup> URL: <https://iclg.com/practice-areas/consumer-protection-laws-and-regulations/united-kingdom>.



tion, Cancellation and Additional Charges) Regulation 2013)<sup>1</sup>. К этапу подготовки окончательного текста законопроекта о правах потребителей Директива Европейского парламента и Совета ЕС № 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г. о правах потребителей уже была имплементирована в этих Правилах 2013 г., поэтому посредством Закона о правах потребителей она была имплементирована в небольшой своей части<sup>2</sup>.

Проведенная реформа безусловно не является кодификацией потребительского законодательства. Как способ систематизации законодательства кодификация вообще не характерна для англосаксонских стран, и в Великобритании кодификация применительно к любой сфере правового регулирования не осуществляется. Современными специалистами в сфере защиты прав потребителей в Великобритании кодификация потребительского законодательства признается в принципе невозможной в первую очередь по той причине, что за рамками любого законодательного акта остались бы общие положения о договорах и правонарушениях, которые относятся к общему праву<sup>3</sup>.

Таким образом, Закон о правах потребителей 2015 г. является консолидирующим и модернизирующим, но не кодифицирующим законодательство о правах потребителей актом.

Согласно новому режиму:

— потребитель имеет право на информацию об основных характеристиках товара — вся информация о товаре, включая содержащуюся в рекламе или на этикетках, является частью договора. Товар и услуга должны соответствовать той информации, которая была о них предоставлена продавцом (исполнителем) и которую учитывал потребитель;

— в случае приобретения некачественного товара потребитель может отказаться от товара в течение 30 дней (в отношении скоропортящихся товаров срок меньше) с полным возмещением затрат потребителя на его приобретение;

— при реализации потребителем права потребовать ремонта или замены некачественного товара однократное неисполнение соответствующей обязанности продавцом предоставляет потребителю право потребовать возврата части уплаченной суммы или вернуть товар с полным возмещением уплаченной суммы;

— потребитель имеет право на предоставление качественных услуг в разумный срок и за разумную плату и на повторное оказание услуги, которая была оказана ненадлежаще, а если повторное оказание

<sup>1</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2013/3134/contents>.

<sup>2</sup> См.: Consumer Rights Act 2015. Explanatory notes. Pp. 11, 12, 29.

<sup>3</sup> См. об этом: *Twigg-Flesner C.* Op. cit.



## § 7. Законодательство Великобритании в области защиты прав потребителей

услуги невозможно или она не оказана в разумный срок, то потребовать снижения цены;

- определен предел, до которого продавцы могут понизить уровень возмещения (в том случае, если отказ от товара не произошел изначально) с учетом использования товара потребителем до момента его возврата;

- предусмотрены специально разработанные права в отношении цифрового контента;

- расширен перечень несправедливых условий в потребительских договорах;

- объединены и согласованы между собой доступные потребителю средства правовой защиты в случаях приобретения товаров на основании различных типов договоров (купли-продажи, подряда, продажи в рассрочку, аренды с правом выкупа).

Высокий уровень предоставляемой потребителям защиты в Великобритании отражает требования законодательства Евросоюза: национальное законодательство было гармонизировано с европейским. Причем законодательство Великобритании в определенных вопросах предоставляет потребителям более высокую защиту по сравнению с минимальными требованиями Евросоюза: например, право потребителя вернуть некачественный товар с полным возмещением уплаченной суммы вместо его ремонта или замены, более широкий перечень несправедливых условий потребительских договоров (поскольку включает в себя не только их «черный список», содержащий условия, которые должны признаваться несправедливыми, но и не являющийся исчерпывающим «серый список» с условиями, которые могут быть признаны несправедливыми). Так, при сопоставлении в одном из исследований уровня защиты прав потребителей во всех странах — членах Евросоюза в 2019 г. Великобритания наряду с Нидерландами набрала самый высокий балл (8 из 10 возможных баллов)<sup>1</sup>, превзойдя другие государства.

Произведенная инкорпорация норм Евросоюза сохраняет их актуальность для потребителей в Великобритании и после ее выхода из Евросоюза. Вместе с тем Brexit лишает возможности потребителей в Великобритании использовать онлайн-платформу альтернативного разрешения споров, созданную в Евросоюзе. Затрудняется и исполнение решений британских судов по искам потребителей в государствах — членах Евросоюза. Однако едва ли в ближайшей перспекти-

---

<sup>1</sup> См.: *Nessel S. Consumer Policy in 28 EU Member States: An Empirical Assessment in Four Dimensions // Journal of Consumer Policy. 2019. Vol. 42. Pp. 455–482 [Electronic resource]. URL: <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09428-x>.*

ве произойдет существенное расхождение в материальном законодательстве в сфере защиты прав потребителей. Отсутствие членства в Евросоюзе не возводит железного занавеса в части восприятия лучших законодательных решений и не исключает взаимовлияния двух систем в области защиты прав потребителей.

Нужно также признать, что высокий уровень защиты прав потребителей в Великобритании определяется не только качеством нормативных актов в указанной сфере, но и деятельностью органов, обеспечивающих их соблюдение<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Об органах, обеспечивающих защиту прав потребителей в Великобритании, см. подробнее: Consumer protection: enforcement guidance. Competition and Markets Authority. 2016 [Electronic resource]. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/546521/cma58-consumer-protection-enforcement-guidance.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/546521/cma58-consumer-protection-enforcement-guidance.pdf).

## **Глава II**

# **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **§ 1. СИСТЕМА ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Центральное место в системе гражданско-правовой регламентации отношений с участием потребителей занимают нормы ГК РФ и Закона о защите прав потребителей.

Кроме того, нормы, затрагивающие права и обязанности потребителей, содержатся в различном отраслевом законодательстве: Воздушном кодексе РФ, Законе РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации», федеральных законах от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», от 17 июля 1999 г. № 176-ФЗ «О почтовой связи», от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», от 30 декабря 2004 г. № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе», Законе о потребительском кредите (займе) и ряде других.

При этом нередко отраслевое законодательство устанавливает иное регулирование в сравнении с положениями Закона о защите прав потребителей, в том числе понижающее уровень гарантий защиты потребительских прав<sup>1</sup>.

Так, существенные затруднения возникают в связи с реализацией права на отказ от туристских услуг из-за неоднозначности формулировок ст. 10 и 14 Федерального закона «Об основах туристской дея-

---

<sup>1</sup> Например, в сфере авиаперевозок до ратификации Конвенции для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок (Монреаль, 28 мая 1999 г., вступила в силу для России 21 августа 2017 г.) действовали более дискриминационные правила, касающиеся выплаты за каждый час ожидания 25 руб. неустойки (но не более половины стоимости билета), при этом Воздушный кодекс РФ в ряде случаев, когда задержка рейса происходит по вине авиаперевозчика, освобождает его от такой ответственности (ст. 120).

тельности в Российской Федерации», где предусмотрено, что право отказаться от турпродукта возникает в случае существенного изменения обстоятельств или в случае возникновения угрозы жизни, здоровью, причинения вреда имуществу туриста (при наличии общего правила на отказ от услуг по ГК РФ и Закону о защите прав потребителей). В результате бессистемного толкования туристической отрасли данной нормы возврат потребителю полной стоимости договора происходит только по решению суда, что перекладывает на туриста обычные предпринимательские риски.

Значителен также объем ведомственного нормотворчества в сфере потребительских отношений. Например, в настоящее время, несмотря на основной принцип установления правил оказания услуг Правительством РФ (ст. 1 Закона о защите прав потребителей), такого рода нормотворчество осуществляется Минтрансом России (утверждение федеральных авиационных правил), Банком России (создание банковских правил). При этом ведомственные правила оказывают значительное влияние на базовые права потребителей.

Подобная широта законодательного массива в сфере отношений с участием потребителей приводит к тому, что внесение изменений в отраслевое законодательство происходит без учета положений специального Закона о защите прав потребителей, в том числе путем внесения так называемых теневых поправок. Такая ситуация является недопустимой как ведущая к снижению гарантий защиты прав потребителей.

Кроме того, в судебной практике отсутствует единство по вопросу о том, нормы какого закона следует применять в случае регулирования правоотношений с участием потребителя: Закона о защите прав потребителей или иного специального закона в зависимости от характера спора. Некоторую неопределенность в вопросе выбора закона, подлежащего применению при рассмотрении споров с участием потребителей, вносит п. 2 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» (далее — постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17). В нем указано: «Если отдельные виды отношений с участием потребителей регулируются и специальными законами Российской Федерации, содержащими нормы гражданского права (например, договор участия в долевом строительстве, договор страхования, как личного, так и имущественного, договор банковского вклада, договор перевозки, договор энергоснабжения), то к отношениям, возникающим из таких договоров, Закон о защите прав потребителей применяется в части, не урегулированной специальными законами». Руководствуясь указанными разъяснениями, суды при рассмотрении дел о

## § 2. Обеспечение права потребителя на информацию

защите прав потребителей в отдельных сферах применяют нормы, предусматривающие пониженный уровень гарантий по сравнению с установленным Законом о защите прав потребителей.

В целях обеспечения соответствия норм специальных законов и иных нормативных правовых актов положениям Закона о защите прав потребителей и обеспечения более высокого уровня гарантий прав потребителей представляется необходимым дополнить указанный Закон положениями, в силу которых другими федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации могут быть предусмотрены дополнительные гарантии прав потребителей, при этом снижение гарантий, установленных Законом о защите прав потребителей, не допускается, а нормы, которые понижают гарантии прав потребителей по сравнению с названным Законом, не подлежат применению. Примеры подобного решения вопроса о соотношении норм законодательных актов одного и того же уровня в российском законодательстве уже имеются<sup>1</sup>.

Кроме того, в Законе о защите прав потребителей следует отразить принципы (основные начала) регулирования отношений с участием потребителей, имеющие сквозной характер для всех законодательных и других нормативных правовых актов, применяемых к отношениям с участием потребителей.

Закон о защите прав потребителей должен быть комплексным нормативным правовым актом в области защиты потребителей, что исключает разработку и принятие самостоятельных отраслевых законов о защите потребителей отдельных видов товаров, работ, услуг. В целях исключения противоречий и пробелов в правовом регулировании в различных отраслевых законодательных актах, закрепления общих гарантий для потребителей вне зависимости от сферы отношений с их участием регулирование защиты потребителей должно быть объединено в одном федеральном законе.

## § 2. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ИНФОРМАЦИЮ

Статья 8 Закона о защите прав потребителей закрепляет право потребителя на достоверную информацию об изготовителе (испол-

---

<sup>1</sup> См. ч. 2 ст. 4 Федерального закона от 4 декабря 2007 г. № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», ч. 1 и 3 ст. 2 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», ч. 3 ст. 2 Федерального закона от 26 мая 1996 г. № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации».

нителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах). Данному праву потребителя корреспондирует обязанность изготовителя (исполнителя, продавца) предоставить потребителю указанную информацию (ст. 9–10 названного Закона).

Для отношений между потребителями и профессиональными участниками гражданского оборота<sup>1</sup> характерна информационная асимметрия, когда последние обладают более полной информацией о товаре, работе или услуге, а также об иных обстоятельствах, имеющих значение для заключения договора<sup>2</sup>. При этом потребитель, как правило, испытывает трудности в самостоятельном получении соответствующей информации, что может затруднить принятие им взвешенного и обдуманного решения при выборе товара, работы или услуги, а также при выборе контрагента. В свою очередь, указанный дисбаланс в обладании информацией может вести к злоупотреблениям со стороны профессиональных участников оборота, которые получают возможность влиять на поведение потребителя, навязывая ему определенные товары, работы или услуги, от приобретения которых потребитель мог и отказаться, обладай он всей полнотой соответствующей информации.

Другую проблему представляет введение потребителя в заблуждение относительно характеристик товара, работы или услуги, предоставление неполной или недостоверной информации о них или предоставление неполной или недостоверной информации о лице, осуществляющем продажу товаров, выполнение работ или оказание услуг, изготовителе товара и т.д.

В обоих случаях оказывается влияние на поведение потребителя, не позволяющее ему сделать рациональный выбор товара, работы или услуги или лица, у которого будет приобретен соответствующий продукт. Ситуация отсутствия полной и достоверной информации о товаре, работе или услуге или о контрагенте влечет для потребителя возникновение целого ряда рисков: это и риск причинения вреда жизни, здоровью или имуществу (например, в случае отсутствия у потребителя информации о недостатках товара или об условиях его использования), и риски, связанные с невозможностью или существенным затруднением предъявления продавцу или исполнителю претензий в связи с отсутствием или недостоверностью сведений о нем.

В связи с этим возложение на продавца (изготовителя, исполнителя и проч.) обязанностей по информированию потребителя явля-

---

<sup>1</sup> Далее в настоящем параграфе — продавец.

<sup>2</sup> См.: Micklitz H.W., Durovic M. Internationalization of Consumer Law: a Game Changer. 2017. P. 42.

ется важным средством защиты прав последних. На это обстоятельство обращается внимание в том числе в международных актах. Так, в Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН 70/186 от 22 декабря 2015 г. в качестве одного из принципов добросовестной деловой практики указано следующее: «Коммерческим предприятиям надлежит предоставлять полную, точную и не вводящую в заблуждение информацию о товарах и услугах, соответствующих условиям, причитающихся сборам и конечной стоимости, с тем чтобы потребители имели возможность принимать обоснованные решения. Коммерческим предприятиям надлежит обеспечивать легкодоступность такой информации, особенно информации об основных условиях, независимо от того, какие технические средства для этого используются»<sup>1</sup>.

*Информация об изготовителе (исполнителе, продавце).* В соответствии со ст. 9 Закона о защите прав потребителей изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя следующую информацию:

- фирменное наименование (наименование) своей организации;
- место нахождения (адрес) организации;
- режим работы организации.

Данная информация по общему правилу должна быть размещена продавцом или исполнителем на вывеске. Однако возможны и исключения: например, при дистанционной продаже товаров указанная информация может быть размещена на сайте и (или) странице сайта в сети «Интернет»<sup>2</sup>.

В случае если продавец или исполнитель является индивидуальным предпринимателем, он обязан предоставить потребителю наряду с вышеуказанной информацией информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

Продавец или исполнитель также обязан предоставить потребителю информацию об уполномоченном индивидуальном предпринимателе или уполномоченной организации, а именно сведения о фирменном наименовании (наименовании), месте нахождения (адресе) и режиме работы.

<sup>1</sup> URL: <https://undocs.org/ru/A/RES/70/186>.

<sup>2</sup> Пункт 19 постановления Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации».

К уполномоченным организациям и уполномоченным индивидуальным предпринимателям<sup>1</sup> закон предъявляет более строгие требования в отношении информирования потребителя. В соответствии с п. 1<sup>1</sup> ст. 9 Закона о защите прав потребителей последние должны довести до сведения потребителя помимо информации о себе также информацию об изготовителе (продавце). При этом наряду с фирменным наименованием (наименованием) организации или фамилии, имени и отчества индивидуального предпринимателя, информации о месте нахождения (адресе) и режиме работы потребителю также должен быть сообщен государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица или государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. Регламентируется также форма предоставления потребителю указанной информации: информация о себе уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель размещает на своем сайте в сети «Интернет», а информация об изготовителе (продавце) предоставляется потребителю посредством размещения на сайте уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя ссылки на страницу сайта изготовителя (продавца), содержащую соответствующую информацию о нем.

Аналогичные требования предъявляются к владельцам агрегаторов (п. 1<sup>2</sup> ст. 9 Закона о защите прав потребителей). При этом закон возлагает на них обязанность также по поддержанию актуальности соответствующей информации. Данному требованию корреспондирует обязанность продавца или исполнителя в течение одного рабочего дня со дня изменения соответствующей информации сообщить об этом владельцу агрегатора. Последний, в свою очередь, обязан в течение одного рабочего дня внести соответствующие изменения в информацию о продавце или исполнителе на своем сайте (п. 1<sup>3</sup> ст. 9 Закона о защите прав потребителей).

---

<sup>1</sup> Согласно Закону о защите прав потребителей (преамбула) уполномоченная организация и уполномоченный индивидуальный предприниматель — это организация, осуществляющая определенную деятельность, или организация, созданная на территории Российской Федерации изготовителем (продавцом), в том числе иностранным изготовителем (иностраным продавцом), выполняющие определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом) и уполномоченные им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества, либо индивидуальный предприниматель, зарегистрированный на территории Российской Федерации, выполняющий определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом), в том числе с иностранным изготовителем (иностраным продавцом), и уполномоченный им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества.



## § 2. Обеспечение права потребителя на информацию

Кроме того, в тех случаях, когда вид деятельности, осуществляемый изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию и (или) исполнитель имеет государственную аккредитацию, в соответствии с п. 2 ст. 9 Закона о защите прав потребителей на вышеуказанных лиц возлагается обязанность по доведению до сведения потребителей соответствующей информации о виде деятельности продавца, номере лицензии и (или) номере свидетельства о государственной аккредитации, сроках их действия, а также об органе, их выдавшем.

Указанная информация должна быть предоставлена потребителю во всех случаях, в том числе если торговля или обслуживание потребителя осуществляется вне постоянного места нахождения продавца или исполнителя (п. 3 ст. 9 Закона о защите прав потребителей). Вместе с тем предоставление той или иной информации может и не требоваться: например, при дистанционном способе продажи товаров необязательно сообщать потребителю режим работы продавца (ст. 26<sup>1</sup> Закона о защите прав потребителей).

Подзаконными актами могут устанавливаться дополнительные требования к информации о продавце. Так, Правила продажи товаров по договору розничной купли-продажи, утвержденные постановлением Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463, предписывают юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим дистанционную продажу товаров, сообщать потребителю также адрес электронной почты и (или) номер телефона; при продаже товаров с использованием автоматов наряду с вышеуказанной информацией о продавце потребителю также должен быть сообщен основной государственный регистрационный номер организации-продавца, его номер телефона и адрес электронной почты (п. 19, подп. «а» п. 29).

Информация о продавце имеет большое значение для потребителя по ряду причин. Во-первых, данная информация позволяет потребителю осуществить рациональный выбор контрагента с учетом тех его характеристик, которые для потребителя имеют значение. Во-вторых, указанная информация важна для защиты прав потребителей, поскольку в случае их нарушения потребитель будет знать, куда и к какому лицу предъявлять претензии.

В целом требования, предъявляемые российским законодательством в отношении предоставления потребителю информации о продавце, соответствуют уровню тех гарантий, которые предоставляются потребителю в странах ЕС.

Так, Директива № 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г. «О правах потребителей» по общему правилу возлагает на профессионального

участника оборота обязанность по предоставлению потребителю сведений о своем наименовании, адресе местонахождения и номере телефона (подп. «в» п. 1 ст. 5), а в случае заключения с потребителем договора дистанционно или вне места постоянного нахождения продавца — также номера факса и адреса электронной почты, если таковые имеются, в целях обеспечения потребителю возможности быстро связаться с ним (подп. «в» и «с» п. 1 ст. 6) и адреса, по которому потребителем могут быть направлены претензии, если таковой отличается от адреса местонахождения продавца (подп. «д» п. 1 ст. 6).

Законодательные акты европейских стран в сфере защиты прав потребителей нередко воспроизводят положения указанной Директивы. Аналогичные положения установлены ст. VI.2, VI.45, VI.64 Кодекса экономического права Бельгии, ст. 9 и 10 Правил о потребительских договорах (информация, расторжение и дополнительные сборы) 2013 г. Великобритании, ст. 48 и 49 Потребительского кодекса Италии.

Вместе с тем в ряде случаев российский законодатель предъявляет более высокие требования к объему информации, предоставляемой потребителю (например, требование об указании государственного регистрационного номера), а в ряде случаев — более низкие.

Например, Закон о защите прав потребителей не устанавливает в качестве общего правила обязанность предоставления потребителю продавцом номера телефона или адреса электронной почты для связи. Данное требование устанавливается только для случаев, когда потребитель не вступает с профессиональным участником оборота в непосредственное взаимодействие, а именно в случае дистанционной продажи товаров или продажи товаров через автомат<sup>1</sup>. Между тем предоставление потребителю данных сведений является важным, поскольку обеспечивает ему возможность быстрой связи с продавцом, что повышает эффективность защиты его прав. Также Закон не возлагает на продавца обязанность указать адрес для направления потребителем претензий, что является пробелом в правовом регулировании, поскольку возможны случаи, когда данный адрес отличается от адреса местонахождения продавца.

В связи с этим представляется необходимым внести соответствующие изменения в ст. 9 Закона о защите прав потребителей в целях возложения на продавца обязанности наряду с информацией, указанной в п. 1 этой статьи, сообщать потребителю свой телефон и (или) адрес электронной почты (при наличии), а также адрес для

---

<sup>1</sup> См. п. 19, подп. «а» п. 29 Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи.

направления потребителем претензий. Указанная информация также должна быть указана продавцом или исполнителем на вывеске, поскольку это обеспечивает доступность и удобство ознакомления потребителя с данной информацией. Данная обязанность должна быть возложена и на уполномоченные организации (уполномоченных индивидуальных предпринимателей), владельцев агрегаторов.

*Информация о товаре (работе, услуге).* Закон о защите прав потребителей обязывает продавца предоставлять потребителю необходимую информацию о товаре (работе, услуге).

В соответствии со ст. 10 Закона потребителю в обязательном порядке должна быть предоставлена следующая информация: об основных потребительских свойствах товара (работы, услуги), о цене, об условиях приобретения товаров, о правилах и об условиях эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг), а также иная информация, предусмотренная названным Законом. Данной статьей устанавливается ряд требований к характеру и объему такой информации:

- 1) информация должна быть достоверной;
- 2) информация должна обеспечивать потребителю возможность правильного выбора товара (работы, услуги);
- 3) информация должна предоставляться потребителю своевременно.

Представляется необходимым рассмотреть каждое из указанных требований подробнее.

*Достоверность информации о товаре (работе, услуге).* Достоверность информации о товаре (работе, услуге) следует понимать как ее соответствие действительности и отражение ею реальных свойств и качества соответствующего товара (работы, услуги). Достоверность является важной характеристикой информации о товаре, работе или об услуге, поскольку только на основе достоверной информации потребитель может осуществить правильный выбор. Обеспечение возможности правильного выбора потребителем товара (работы, услуги) является основной целью информирования потребителя, что следует из п.1 ст. 10 Закона о защите прав потребителей.

Вопросу достоверности информации о товаре (работе, услуге) уделяется большое внимание и в международной практике. Так, в Руководстве по защите прав потребителей, разработанном Конференцией ООН по торговле и развитию (*United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD*), отмечается, что «целью информирования потребителей является предоставление объективной и беспристрастной информации потребителям в месте продажи, с тем чтобы они могли решить, что именно из множества предлагаемых фирменных

товаров и услуг наиболее соответствует их потребностям»<sup>1</sup>. Обращается внимание на то, что утверждения о качестве продукции должны быть заранее обоснованными, в особенности это относится к утверждениям о пользе для здоровья пищевых продуктов и лекарственных препаратов. Не рекомендуется использовать такие термины, как «натуральный» или «органический», подразумевая, что продукт обладает безупречным качеством или пищевой ценностью, если это невозможно доказать<sup>2</sup>.

*Обеспечение потребителю возможности правильного выбора товара (работы, услуги).* Как было указано, обеспечение потребителю возможности правильного выбора товара (работы, услуги) является основной целью информирования потребителя.

В литературе отмечается, что формальный подход к информированию потребителя ведет к тому, что последнему дается слишком много информации, из которой часто затруднительно выбрать ту, которая действительно является важной и относящейся к делу. Это может повлечь возникновение ситуации, когда информация вследствие ее переизбытка перестает восприниматься потребителем, что в конечном итоге не способствует защите его прав и создает дополнительные риски<sup>3</sup>. На так называемый парадокс формализма, когда чрезмерное количество предоставляемой для соблюдения требований законодательства информации «ослепляет» потребителя, указано и в Руководстве по защите прав потребителей<sup>4</sup>.

В связи с этим следует обращать внимание как на объем предоставляемой потребителю информации, который не должен быть чрезмерным, так и на содержание такой информации.

Во-первых, потребителю в первую очередь должна предоставляться информация о ключевых свойствах товара, работы или услуги, а также иная информация, которая, исходя из фактических обстоятельств, может иметь значение для потребителя. Разумеется, потребителю не может быть отказано в предоставлении дополнительной информации о товаре, работе или об услуге по его просьбе. Во-вторых, данная информация должна предоставляться потребителю в доступной и понятной форме, чтобы он, не обладая специальными познаниями, мог на основе такой информации сделать выбор того или иного товара, работы или услуги.

<sup>1</sup> Руководство по защите прав потребителей. С. 92 [Электронный ресурс]. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1_ru.pdf).

<sup>2</sup> Там же. С. 96.

<sup>3</sup> См.: *Martins K., Tor A.* Consumer Law and Economics. 2021. Pp. 79, 80.

<sup>4</sup> См.: Руководство по защите прав потребителей. С. 93.

Практика применения законодательства о защите прав потребителей в зарубежных странах, особенно в странах Европейского союза, ориентируется на как можно более полное, подчас избыточное раскрытие информации о товаре (работе, услуге), что обоснованно критикуется в литературе<sup>1</sup>. Вместе с тем изначально правовое регулирование исходит из необходимости предоставления потребителю именно той информации, которая имеет значение. Так, положения Директивы № 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г. «О правах потребителей» возлагают на профессионального участника оборота обязанность сообщать потребителю именно *основные* характеристики товара или услуги, причем в той мере, в какой это является необходимым для соответствующего товара или услуги, а также общую стоимость товара или услуги с учетом дополнительных расходов (например, с учетом стоимости доставки товара потребителю), информацию об оплате, о доставке, порядке оказания услуги, наличии гарантий, послепродажного обслуживания и его условиях (если таковое предоставляется), а также о сроке действия договора, если это применимо. Кроме того, в отношении цифрового контента установлено требование по доведению до сведения потребителя информации о его функциональных возможностях и совместимости с определенным программным обеспечением (ст. 5 и 6). Как можно видеть, Директива не предполагает предъявления каких-либо избыточных требований в отношении объема информации о товаре или услуге, которая должна быть предоставлена потребителю.

Кроме того, положения Директивы требуют, чтобы информация предоставлялась потребителю в ясной и понятной форме. Аналогичные требования к доступности информации о товаре или об услуге, предоставляемой потребителю, устанавливаются и на уровне национального законодательства (например, ст. VI.2 Кодекса экономического права Бельгии, ст. L111-1 Потребительского кодекса Франции, ст. 5 Потребительского кодекса Италии).

Если обратиться к российскому законодательству, то в Законе о защите прав потребителей подобное требование к ясности информации о товаре, работе или об услуге прямо не сформулировано. Тем не менее в п. 44 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17 разъясняется, что информация должна доводиться до сведения потребителя в наглядной и доступной форме. Данное разъяснение представляется важным, поскольку только в случае понятности и доступности информации о товаре (работе,

<sup>1</sup> См.: *Straetmans G.* Information Obligations and Disinformation of Consumers. 2019. P. 5; *Martins K., Tor A.* Consumer Law and Economics. 2021. Pp. 76–81.

услуге) у потребителя имеется действительная возможность совершить выбор исходя из своих предпочтений и интересов.

*Своевременность предоставления потребителю информации о товаре (работе, услуге).* Закон о защите прав потребителей не содержит прямого указания на то, в какой именно момент потребителю должна быть предоставлена соответствующая информация о товаре (работе, услуге). Так в п. 2 ст. 8, п. 1 ст. 12 Закона речь идет о предоставлении информации при заключении договора с потребителем. Данная формулировка представляется недостаточно определенной, поскольку ее толкование допускает как необходимость предоставления потребителю соответствующей информации до заключения договора, так и возможность предоставления определенной информации потребителю после заключения договора. Между тем, исходя из цели информирования потребителей, указанной в п. 1 ст. 10 Закона о защите прав потребителей, соответствующая информация о товаре (работе, услуге) должна быть предоставлена потребителю именно до того, как им будут приняты обязательства по соответствующему договору. Представляется, что в данной части законодательство требует изменения в целях устранения правовой неопределенности и повышения уровня гарантий прав потребителей.

Указание на то, что информация о товаре или об услуге (равно как о лице, их предоставляющем) должна быть предоставлена потребителю до заключения договора, содержится в законодательстве ряда зарубежных стран. Так, Директива № 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г. «О правах потребителей» предусматривает, что информация должна быть предоставлена «до того, как потребитель будет связан договором». Аналогичные положения встречаются в законодательстве ряда стран, например, в ст. VI.2, VI.45, VI.64 Кодекса экономического права Бельгии, ст. L111-1 Потребительского кодекса Франции, ст. 9 и 10 Правил о потребительских договорах (информация, расторжение и дополнительные сборы) 2013 г. Великобритании.

Исключения из данного правила возможны, однако они должны быть установлены законом. Например, § 4 ст. VI.46 Кодекса экономического права Бельгии на случай, если используемые средства связи предполагают ограничения на объем передаваемой информации, позволяет при дистанционном заключении договора продавцу товара (лицу, оказывающему услуги) сообщать потребителю не всю информацию, требуемую законом, а только информацию о себе, об основных свойствах и о цене товара (услуги), а также о наличии у потребителя права на отказ от договора.

*Перечень информации, обязательной для предоставления потребителю.* Согласно п. 2 ст. 10 Закона о защите прав потребителей ин-

формация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать:

- наименование технического регламента или иное установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара обозначение;

- сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), а в отношении продуктов питания также сведения о составе, пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения и др;

- цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг), в том числе при оплате товаров (работ, услуг) через определенное время после их передачи (выполнения, оказания) потребителю, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы;

- гарантийный срок, если он установлен;

- правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг);

- информацию об энергетической эффективности товаров, в отношении которых требование о наличии такой информации определено в соответствии с законодательством об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности;

- срок службы или срок годности товаров (работ), установленный в соответствии с указанным Законом, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары (работы) по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя или становятся непригодными для использования по назначению;

- адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера;

- информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров (работ, услуг);

- информацию о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);

- указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем, если это имеет значение, исходя из характера работы (услуги);

- указание на использование фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений.



В случае продажи товара, который был в употреблении или в котором устранялся недостаток (недостатки), потребителю должна быть также предоставлена информация об этом.

Требования российского законодательства к информации, которая в обязательном порядке предоставляется потребителям, в целом соответствуют подходам, которые применяются в европейских странах.

Директива № 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г. «О правах потребителей» возлагает на лиц, реализующих товары или оказывающих услуги, обязанность по доведению до сведения потребителя следующей информации:

- характеристики товара или услуги в той мере, в какой это является необходимым для соответствующего товара или услуги;
- основную информацию о себе (фирменное наименование, адрес регистрации и т.д.);
- общую цену продукта, включая налоги, а также любые дополнительные расходы (например, расходы на доставку, почтовые отправления и т.д.);
- в соответствующих случаях — условия оплаты, передачи товара или оказания услуги, ее оплаты, дату, когда будет передан товар или оказана услуга;
- информацию о гарантии и условиях послепродажного обслуживания (если имеется);
- срок действия договора (если это применимо) или информацию о порядке расторжения договора (если договор бессрочный или предполагает автоматическое продление срока его действия);
- при продаже цифрового контента — информацию о его функциональных возможностях;
- информацию о совместимости с определенным оборудованием и программным обеспечением.

В настоящее время с учетом нарастающей цифровизации цифровые товары являются востребованными потребителями, в связи с чем было бы полезным по аналогии с европейским законодательством закрепить в российском Законе о защите прав потребителей минимальные требования в отношении раскрытия продавцом информации об их основных свойствах и совместимости.

*Ответственность за неисполнение обязанности по предоставлению потребителю информации.* Статья 12 Закона о защите прав потребителей устанавливает ответственность продавца за неисполнение обязанности по предоставлению потребителю информации о товаре (работе, услуге). Если договор не был заключен, потребитель вправе потребовать от продавца (исполнителя) возмещения убытков, причиненных необоснованным уклонением от заключения договора.



## § 2. Обеспечение права потребителя на информацию

Если же договор заключен, потребитель вправе в разумный срок отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар суммы и возмещения других убытков. Помимо этого, продавец (исполнитель), не предоставивший покупателю полной и достоверной информации о товаре (работе, услуге), несет предусмотренную Законом о защите прав потребителей ответственность за недостатки товара (работы, услуги), возникшие после его передачи потребителю вследствие отсутствия у последнего такой информации.

Представляется, что указанные положения в должной мере защищают права потребителей. В пользу этого свидетельствует судебная практика, из которой следует, что в значительном количестве случаев потребителю удастся взыскать с продавца (изготовителя) убытки, которые он понес вследствие недостоверности или неполноты информации о товаре (работе, услуге)<sup>1</sup>.

Тем не менее необходимо отметить проблему коллизии норм Закона о защите прав потребителей и иных федеральных законов, поскольку последние могут содержать специальные требования, касающиеся предоставляемой потребителю информации. Нормы иных федеральных законов, как правило, конкретизируют требования к объему предоставляемой потребителю информации (например, ст. 10 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», ст. 5 Закона о потребительском кредите (займе)), а также к порядку предоставления такой информации.

Так, Закон о потребительском кредите (займе) устанавливает особые требования к порядку предоставления информации об условиях договора потребительского кредита. В соответствии со ст. 5 названного Закона договор потребительского кредита состоит из общих условий, которые устанавливаются кредитором в одностороннем порядке в целях многократного применения, и индивидуальных условий, которые согласовываются кредитором с заемщиком индивидуально. При этом, исходя из п. 4 указанной статьи, информация об общих условиях кредитного договора должна быть размещена кредитором в местах оказания услуг, т.е. в местах приема заявлений о предоставлении потребительского кредита (займа), в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». В то же время в соответствии с п. 6 ст. 7 данного Закона договор потреби-

---

<sup>1</sup> См., например: постановления Хабаровского краевого суда от 29 апреля 2019 г. № 44Г-67/2019 4Г-302/2019 по делу № 2-866/2018; от 10 июня 2019 г. № 44Г-91/2019 4Г-889/2019 по делу № 2-3356/2018; постановление Омского областного суда от 14 октября 2019 г. № 44Г-56/2019 4Г-1433/2019 по делу № 2-785/2019.

тельского кредита считается заключенным, если между сторонами договора достигнуто согласие по всем индивидуальным условиям договора, а исходя из п. 7 указанной статьи кредитор обязан предоставить общие условия потребительского кредита непосредственно заемщику только по его требованию.

Таким образом, положения Закона о потребительском кредите (займе) допускают, что часть информации о предоставляемой услуге доводится до сведения потребителя не перед заключением договора, а позже, что расходится с положениями п. 1 ст. 10 Закона о защите прав потребителей, поскольку предоставление потребителю информации об услуге после заключения договора, очевидно, не позволяет ему принять взвешенное и обдуманное решение. При этом характер такой информации может существенно повлиять на выбор потребителем услуги: так, исходя из п. 4 ст. 5 Закона о потребительском кредите (займе) к информации об основных условиях договора потребительского кредита относится, в частности, информация об иных договорах, которые заемщик обязан заключить, и (или) иных услугах, которые он обязан получить в связи с договором потребительского кредита (займа), а также информация о возможности для заемщика согласиться с заключением таких договоров и (или) оказанием таких услуг либо отказаться от них. Вследствие того, что информация об основных условиях кредитного договора, как правило, размещается в сети «Интернет», а при обращении в банк с потребителем согласовываются именно индивидуальные условия кредитного договора, нередко оказывается, что фактически информация об основных условиях договора доводится до потребителя не в полном объеме, однако в данном случае суды не приходят к выводу о наличии правонарушения, влекущего ответственность по ст. 12 Закона о защите прав потребителей<sup>1</sup>.

В законодательстве зарубежных стран предъявляются значительно более строгие требования в отношении информирования потребителей при заключении с ними договоров, связанных с оказанием финансовых услуг, в том числе кредитных договоров.

Директива № 2008/48/ЕС от 23 апреля 2008 г. Европейского парламента и Совета ЕС «О договорах потребительского кредитования и

---

<sup>1</sup> См.: апелляционные определения Свердловского областного суда от 26 июля 2017 г. по делу № 33-11906/2017; от 14 сентября 2017 г. по делу № 33-14798/2017; от 3 мая 2018 г. по делу № 33-7572/2018; от 21 декабря 2018 г. по делу № 33-22673/201; апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 7 сентября 2017 г. № 33-14962/2017 по делу № 2-668/2017; апелляционное определение Московского городского суда от 20 апреля 2018 г. № 33-17414/2018.

## § 2. Обеспечение права потребителя на информацию

об отмене Директивы Совета ЕС 87/102/ЕЭС»<sup>1</sup> предусматривает, что по общему правилу информация об условиях кредитного договора должна быть доведена до сведения потребителя своевременно — до того, как он будет связан каким-либо кредитным соглашением. Только в исключительных случаях, когда договор по просьбе потребителя был заключен с использованием средств дистанционной связи, которые не позволяют предоставить указанную информацию, таковая должна быть направлена потребителю сразу после заключения договора.

Кодекс экономического права Бельгии предусматривает дополнительные требования к объему и порядку предоставления потребителю информации по кредитным договорам. Так, согласно ст. VII.70 этого Кодекса до заключения договора потребительского кредита потребителю в обязательном порядке должна быть предоставлена персонализированная информация, основанная на условиях, которые может предложить кредитор, и предпочтениях потребителя, необходимая для того, чтобы потребитель мог сопоставить различные предложения с целью принятия обоснованного решения о заключении договора потребительского кредита. Данная информация предоставляется при помощи стандартной формы — «Европейская стандартизированная информация о потребительском кредите» (*SECCI*). Информация касается, в частности, типа кредита, его суммы, процентной ставки, наличия права на досрочное погашение и др. Из этого общего правила установлен ряд исключений: § 2 ст. VII.70 Кодекса экономического права предусматривает более низкие требования к информированию потребителя при заключении договора потребительского кредита дистанционно, а согласно § 3 той же статьи, если договор был заключен по просьбе потребителя с использованием средств дистанционной связи, которые не позволяют предоставить требуемую законом информацию, кредитор предоставляет ее потребителю сразу же после заключения кредитного договора. Тем не менее в качестве общего правила предусмотрено именно предварительное информирование потребителя о всех условиях договора потребительского кредита.

Схожие требования установлены во французском законодательстве. Согласно ст. L312-12 Потребительского кодекса Франции до заключения договора потребителю должна быть предоставлена вся информация, которая необходима для сопоставления различных предложений и позволяет заемщику с учетом его предпочтений

---

<sup>1</sup> См.: Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2008/48/oj>.

четко понимать объем своих обязательств. Кроме того, Кодекс требует, чтобы данная информация предоставлялась непосредственно потребителю на бумажном носителе или в иной устойчивой форме. Таким образом, не будет считаться доведением до сведения потребителя информации об условиях договора потребительского кредита размещение информации об основных условиях на сайте в сети «Интернет» без непосредственного их предоставления потребителю.

В связи с этим для обеспечения более эффективной защиты прав потребителей по кредитным договорам следует внести изменения в п. 5 ст. 5 Закона о потребительском кредите (займе) и предусмотреть, что информация об общих условиях договора потребительского кредита должна быть предоставлена непосредственно заемщику до заключения договора потребительского кредита на бумажном носителе либо направлена заемщику на электронную почту или с использованием иного вида связи, обеспечивающего своевременное получение заемщиком указанных условий.

При этом необходимо исключить из п. 7 ст. 7 Закона о потребительском кредите (займе) указание на то, что общие условия договора потребительского кредита (займа) предоставляются заемщику лишь по его просьбе. Данная мера необходима для обеспечения более высокого уровня защиты потребителей при заключении договоров потребительского кредита (займа) и недопущения ситуации, когда до него фактически не в полном объеме доводится информация о существенных условиях такого договора.

### **§ 3. ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

В настоящее время с учетом развития информационной экономики персональные данные представляют собой ценный ресурс, дающий много возможностей для создания новых экономических и социальных ценностей<sup>1</sup>. Персональные данные потребителей представляют большую ценность для лиц, осуществляющих производство и реализацию товаров, выполнение работ или оказание услуг, поскольку могут быть использованы в коммерческих целях (например, в целях индивидуализации бизнес-процессов, позволяющих осуществлять предложение потребителю товаров и услуг на основе данных о его предпочтениях, потребностях и т.д.), что в конечном

---

<sup>1</sup> См.: Personal Data: The Emergence of a New Asset Class. World Economic Forum, January 2011 [Electronic resource]. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_ITTC\\_PersonalDataNewAsset\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_ITTC_PersonalDataNewAsset_Report_2011.pdf).

счете позволяет им развивать свой бизнес и получать большую прибыль. В связи с этим итоговая выручка указанных лиц зависит от осуществляемого ими сбора персональных данных потребителей и эффективности их дальнейшего использования. В то же время потребители заинтересованы в сохранении у них возможности контролировать процессы, связанные с предоставлением и обработкой персональных данных, а также в том, чтобы хранение таких данных отвечало критериям надежности и не допускало их утечку. Вышеуказанные обстоятельства обуславливают необходимость развития правового регулирования отношений, связанных с защитой персональных данных.

*Защита персональных данных в законодательстве зарубежных стран.* Защита персональных данных является одним из важнейших направлений развития законодательства Европейского союза. В настоящее время основным актом, регулирующим вопросы защиты персональных данных, является Общий регламент защиты персональных данных (*GDPR*).

*GDPR* вступил в силу 25 мая 2018 г. и заменил собой ранее действующую Директиву № 95/46/ЕС от 24 октября 1995 г. «О защите прав частных лиц в отношении обработки персональных данных и о свободном движении таких данных»<sup>1</sup>. Необходимость принятия данного документа была обусловлена как развитием технологий обработки персональных данных, так и существенными различиями в практике применения положений ранее действовавшей Директивы в разных государствах — членах Европейского союза, что не обеспечивало достижения цели построения единого рынка<sup>2</sup>.

*GDPR* устанавливает новый более высокий стандарт защиты персональных данных, а также имеет более широкую сферу действия: его положения регулируют также вопросы персональных данных за пределами Европейского союза и применяются к любой организации независимо от ее местонахождения, если она обрабатывает персональные данные граждан Европейского союза. Кроме того, в отличие от Директивы № 95/46/ЕС от 24 октября 1995 г., его положения не требуют от государств — членов Европейского союза принятия мер по внесению изменений в национальное законодательство и, таким образом, являются непосредственно действующими.

---

<sup>1</sup> Directive 95/46/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 1995 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A31995L0046>.

<sup>2</sup> См.: Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М.: Статут, 2020. С. 814.

*GDPR* направлен в первую очередь на обеспечение частным лицам контроля над их личными данными и упрощение регуляторной среды для международного бизнеса путем унификации регулирования в рамках Европейского союза.

Статья 5 *GDPR* устанавливает основные принципы обработки персональных данных, которыми являются:

1) «законность, справедливость и прозрачность» — данный принцип означает, что сбор и обработка персональных данных должны осуществляться на легальных основаниях в рамках *GDPR*, при осуществлении указанных действий не должно быть нарушений требований закона; прозрачность означает, что любая информация, касающаяся обработки персональных данных, должна быть легко доступна и понятна субъекту данных, изложена ясным и простым языком<sup>1</sup>;

2) «ограничение целью» — согласно этому принципу обработка должна осуществляться лишь в определенных целях, на которые было явно указано субъекту персональных данных, обработка персональных данных в иных целях запрещена (исключение составляет обработка персональных данных для целей архивирования в общественных интересах, научных или исторических исследований или статистических целей);

3) «минимизация данных» — в соответствии с данным принципом допускается использование только тех персональных данных, которые соответствуют поставленным целям, и только в количестве, адекватном для их достижения. Также необходимо учитывать положения ст. 39 *GDPR*, которые требуют, чтобы обработка персональных данных осуществлялась только в том случае, если поставленные цели не могут быть достигнуты другими допустимыми средствами<sup>2</sup>;

4) «точность» — обрабатываемые персональные данные должны быть точными и не должны вводить в заблуждение; персональные данные, которые являются неточными, с учетом целей их обработки должны быть своевременно удалены либо исправлены;

5) «ограничение хранения» — недопустимо хранить данные дольше, чем необходимо для достижения целей их обработки (за исключением случаев, когда обработка осуществляется в целях архивирования в общественных интересах, научных или исторических исследований или статистических целях);

6) «целостность и конфиденциальность» — обработка персональных данных должна осуществляться таким образом, чтобы обеспечить их безопасность, включая защиту от несанкционированной или

<sup>1</sup> См.: Kuner C., Bygrave L.A., Docksey C. The EU General Data Protection Regulation (GDPR). A Commentary. UK. Oxford, 2020. P. 309.

<sup>2</sup> Ibid. P. 317.

незаконной обработки и от случайной потери, уничтожения или повреждения, с использованием соответствующих технических или организационных мер;

7) «подотчетность» — данный принцип означает ответственность операторов данных (*data controllers*) за соблюдение принципов обработки персональных данных, указанных выше.

На операторов данных (физическое или юридическое лицо, государственный орган, учреждение или другой орган, который самостоятельно или совместно с другими определяет цели и средства обработки персональных данных) и субъектов обработки персональных данных (физическое или юридическое лицо, государственный орган, учреждение или другой орган, который обрабатывает персональные данные от имени и по поручению оператора) возлагается обязанность по принятию соответствующих технических и организационных мер для реализации принципов защиты персональных данных и защиты прав субъектов данных.

Бизнес-процессы, в рамках которых обрабатываются персональные данные, должны быть разработаны и построены с учетом указанных принципов и обеспечивать гарантии безопасности данных, соответствующие уровню риска (в частности, меры по обеспечению конфиденциальности и устойчивости систем обработки, обеспечение возможности своевременного восстановления доступа к персональным данным в случае каких-либо происшествий и др.).

Важным требованием к обработке персональных данных является ее законность. В соответствии со ст. 6 *GDPR* обработка является законной только в случае, если соблюдено хотя бы одно из следующих условий:

1) субъект данных дал согласие на обработку своих персональных данных для одной или нескольких конкретных целей;

2) обработка необходима для исполнения договора, стороной которого является субъект данных, или для принятия мер по запросу субъекта данных до заключения договора;

3) обработка необходима для соблюдения юридических обязательств, которым подчиняется оператор;

4) обработка необходима для защиты жизненно важных интересов субъекта данных или иного физического лица;

5) обработка необходима для выполнения задачи, выполняемой в общественных интересах или при осуществлении официальных полномочий, возложенных на оператора;

6) обработка данных необходима для целей, вытекающих из законных интересов, преследуемых оператором или третьим лицом, за исключением случаев, когда такие интересы перекрываются такими



интересами или основными правами и свободами субъекта данных, которые требуют защиты персональных данных, в частности, когда субъектом данных является ребенок.

Важно отметить, что указанный перечень оснований обработки персональных данных является исчерпывающим<sup>1</sup>.

Если обработка персональных данных основывается на согласии субъекта данных, то такое согласие должно быть явным и при необходимости оператор должен иметь возможность продемонстрировать, что субъект данных дал согласие на их обработку (ст. 7). Кроме того, субъект данных имеет право отозвать свое согласие на их обработку в любое время. В соответствии со ст. 7 *GDPR* при оценке того, было ли согласие субъекта данных на обработку персональных данных свободным, необходимо учитывать, зависит ли исполнение договора, включая предоставление услуги, от согласия на обработку персональных данных, которая не является необходимой для выполнения данного договора.

На оператора персональных данных ст. 13 и 14 *GDPR* возлагается обязанность по предоставлению субъекту данных информации, касающейся обработки персональных данных, как то: информация о себе, о целях обработки данных и ее правовых основаниях, о получателях или категориях получателей персональных данных (если таковые имеются), а также о периоде, в течение которого будет осуществляться хранение персональных данных, о наличии у субъекта данных права запрашивать у оператора доступ к данным, их исправление или удаление и др. В соответствии со ст. 12 *GDPR* данная информация должна предоставляться субъекту данных в ясной, понятной и легкодоступной форме по общему правилу в письменном виде или иными способами, в том числе посредством использования электронных средств. По запросу субъекта данных оператор обязан также предоставить ему информацию о действиях, связанных с их обработкой. На операторов данных возлагается обязанность сообщать о нарушениях персональных данных субъектам данных (ст. 34).

Указанным обязанностям оператора данных корреспондирует право субъекта данных получать информацию об их обработке, а также его доступ к персональным данным, к информации о целях их обработки, получателях или категориях получателей данных, периоде хранения данных. Субъект данных вправе требовать от оператора исправления, удаления персональных данных, ограничения их обработки или возражать против такой обработки (ст. 15). Основания для удаления персональных данных предусмотрены ст. 17 *GDPR*, в частности, данные должны быть удалены в случае, если обработка

---

<sup>1</sup> См.: *Kuner C., Bygrave L.A., Docksey C. Op. cit. P. 325.*



данных больше не является необходимой, или субъектом было отозвано согласие на их обработку, или обработка данных является незаконной, а также в ряде других случаев (например, право на забвение, *right to be forgotten*)<sup>1</sup>. Помимо этого, субъект персональных данных вправе требовать от оператора исправления неточных персональных данных (ст. 16).

Субъект данных также обладает правом на переносимость данных (*right to data portability*), которое означает возможность получения от оператора своих персональных данных в структурированном и машиночитаемом формате и их беспрепятственной передачи другому оператору (ст. 20). Данное право впервые было закреплено именно в *GDPR*<sup>2</sup>. В литературе отмечается, что такое нововведение призвано устранить проблему попадания субъекта данных в зависимость от определенного оператора<sup>3</sup>. Представляется полезным закрепление аналога такого права и в российском законодательстве в целях обеспечения субъектам данных более широких возможностей по выбору иных операторов без существенных временных или иных затрат.

Кроме того, субъект данных в случае нарушения правил обработки персональных данных, установленных *GDPR*, для защиты своих нарушенных прав может обратиться в соответствующие надзорный орган (ст. 77) или в суд (ст. 79). В соответствии со ст. 82 *GDPR* лица, которым был причинен ущерб вследствие нарушения правил обработки персональных данных, имеют право на его возмещение оператором или субъектом обработки персональных данных. Наряду с этим в ряде случаев на нарушителей положений *GDPR* может быть возложен административный штраф.

Поскольку *GDPR* является непосредственно действующим, его положения не требуют имплементации в национальное законодательство стран — членов ЕС. В связи с этим законы указанных стран, как правило, содержат лишь общие положения, регулирующие вопросы обработки и защиты персональных данных.

Так, в Бельгии вопросы обработки и защиты персональных данных регулируются Законом от 3 июля 2018 г. «О защите физических лиц в отношении обработки персональных данных» (*Loi relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à*

---

<sup>1</sup> В литературе отмечается высокая значимость права на забвение для защиты интересов субъекта персональных данных. См.: *Walters R., Takman L., Zeller B. Data Protection Law. A Comparative Analysis of Asia-Pacific and European Approaches.* Singapore, 2019. Pp. 61, 62.

<sup>2</sup> См.: *Van Alsenoy B. Data Protection Law in EU: Roles, Responsibilities and Liability.* UK: Cambridge, 2019. P. 40.

<sup>3</sup> См.: *Савельев А.И.* Указ. соч. С. 879.

*caractère personnel*)<sup>1</sup>. Данный Закон закрепляет общий принцип свободы обращения персональных данных и устанавливает рамочные нормы, регулирующие вопросы обработки и хранения персональных данных, однако эти нормы весьма немногочисленны и в основном не содержат каких-либо особых правил, а отсылают непосредственно к положениям *GDPR*.

Вместе с тем бельгийское законодательство содержит и специальные нормы, регулирующие вопросы обработки персональных данных потребителей, главным образом, в финансовой сфере. Так, ст. VII.63 Кодекса экономического права Бельгии определяет специальный порядок хранения персональных данных потребителей в финансовой сфере в целях обеспечения профилактики и выявления мошеннических операций по платежным счетам. Устанавливаются также ограничения на передачу данных потребителей третьим лицам (ст. VII.116, VII.119), регламентируются объем обрабатываемых данных и цели, для которых может производиться их обработка (ст. VII.117–VII.118), вводятся ограничения, касающиеся срока хранения персональных данных потребителей финансовых услуг (ст. VII.120).

Во Франции положения *GDPR* были имплементированы в национальное законодательство путем принятия Закона от 20 июня 2018 г. «О защите персональных данных» (*Loi du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles*)<sup>2</sup>. Данным Законом были внесены изменения в Закон от 6 января 1978 г. «Об информатике и свободах» (*Loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés*)<sup>3</sup> в целях приведения его в соответствие с *GDPR*. Новая редакция указанного Закона конкретизирует некоторые нормы *GDPR*, касающиеся порядка реализации субъектами персональных данных отдельных прав (например, права на информацию, права на доступ к персональным данным и ряд др.), а также регулирует ряд вопросов, связанных с обработкой отдельных категорий конфиденциальных данных органами публичной власти<sup>4</sup>.

В Великобритании защита персональных данных осуществляется в соответствии с Законом о защите данных 2018 г. (*Data Protection Act*)<sup>5</sup>, которым также были имплементированы положения *GDPR*.

<sup>1</sup> URL: [https://www.etaamb.be/fr/loi-du-30-juillet-2018\\_n2018040581.html](https://www.etaamb.be/fr/loi-du-30-juillet-2018_n2018040581.html).

<sup>2</sup> URL: [https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000037085952?init=true&page=1&query=LOI+n%C2%B0+2018-493+du+20+juin+2018+relative+%C3%A0+la+protection+des+donn%C3%A9es+personnelles&searchField=ALL&tab\\_selection=all](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000037085952?init=true&page=1&query=LOI+n%C2%B0+2018-493+du+20+juin+2018+relative+%C3%A0+la+protection+des+donn%C3%A9es+personnelles&searchField=ALL&tab_selection=all).

<sup>3</sup> URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000886460>.

<sup>4</sup> См.: Cortez E. C. Data Protection Around the World. Privacy Laws in Action. Netherlands: Hague, 2021. P. 62, 63.

<sup>5</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2018/12/contents/enacted>.

В Италии действует Кодекс защиты персональных данных (*Codice in materia di protezione dei dati personali*)<sup>1</sup>. Кодекс был введен в действие законодательным декретом от 30 июня 2003 г.<sup>2</sup> и долгое время был одним из основных законодательных актов в сфере защиты персональных данных. Однако после вступления в силу в 2018 г. *GDPR* законодательным декретом от 10 августа 2018 г. положения Кодекса были изменены в соответствии с новыми правилами<sup>3</sup>.

В настоящее время значительная часть норм Кодекса защиты персональных данных Италии не действует, вместо них напрямую применяются соответствующие положения *GDPR*. Среди норм, которые все же подлежат применению, — нормы, касающиеся сбора и обработки персональных данных органами публичной власти.

Кроме того, по вопросам, касающимся защиты персональных данных потребителя, применению подлежат не только соответствующие нормы законодательства в сфере защиты персональных данных, но и нормы Потребительского кодекса Италии. Указанный вывод содержится в решении Административного трибунала (*Tribunale Amministrativo Regionale for Lazio*) по результатам обжалования действий итальянского антимонопольного органа<sup>4</sup>. Суд оставил без изменения решение Антимонопольного органа о наложении штрафа на *Facebook* на том основании, что адресованное пользователям предложение социальной сети — «Зарегистрируйся, это бесплатно навсегда» («*Sign in, it's free forever*») — квалифицируется в качестве вводящей в заблуждение коммерческой практики, поскольку пользователям не предоставлялась адекватная информация о целях обработки их персональных данных, которые в дальнейшем использовались *Facebook* в коммерческих целях. Суд пришел к выводу, что лица, осуществляющие обработку персональных данных потребителей, обязаны соблюдать нормы Потребительского кодекса и надлежащим образом информировать потребителей и пользователей о коммерческих целях, для которых собираются и используются их персональные данные.

Положения европейского *GDPR* были заимствованы и в других странах. Так, в Бразилии, как уже говорилось в § 5 гл. I настоящей

<sup>1</sup> URL: [https://www.informazionefiscale.it/IMG/pdf/codice\\_in\\_materia\\_di\\_protezione\\_dei\\_dati\\_personali.pdf](https://www.informazionefiscale.it/IMG/pdf/codice_in_materia_di_protezione_dei_dati_personali.pdf).

<sup>2</sup> URL: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2003-06-30;196!vig=>.

<sup>3</sup> URL: <https://www.cyberlaws.it/2018/nuovo-codice-privacy-2018-d-lgs-196-2003-coordinato-con-il-d-lgs-101-2018>.

<sup>4</sup> URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=ae5ee175-e3b0-4239-b8c9-ccd296ec2929>.

работы, действует Общий закон о защите персональных данных от 14 августа 2018 г. № 13.709/2018 (*LGDP*).

Положения *LGDP* во многом воспроизводят европейский *GDPR*. Вместе с тем *LGDP* несколько отличается от своего аналога тем, что имеет экстерриториальное применение — он применяется к любому физическому или юридическому лицу (независимо от его местонахождения), которое предлагает или поставляет товары либо услуги в Бразилию, обрабатывает данные в Бразилии или обрабатывает данные, принадлежащие бразильским физическим лицам или собранные в Бразилии.

*LGDP* имеет важное значение для гармонизации существующих правил защиты данных в Бразилии, в том числе бразильского Кодекса защиты прав потребителей. Важное положение, касающееся соотношения норм *LGPD* и названного Кодекса, содержится в ст. 45 *LGPD*: «В случае нарушения права субъекта персональных данных в рамках потребительских отношений применяются нормы об ответственности, предусмотренные соответствующим законодательством». Это означает, что в случае нарушения защиты персональных данных потребителей лицо, осуществляющее их обработку, будет нести ответственность в соответствии с нормами Кодекса защиты прав потребителей. Положения Кодекса защиты прав потребителей, в свою очередь, направлены на то, чтобы предоставить потребителю возможность лучше контролировать информацию о себе, особенно информацию, хранящуюся в базах данных. Так, согласно ст. 43.8 Кодекса потребитель вправе иметь доступ к информации о себе в любой базе данных потребителей и вправе внести в нее изменения или удалить ее в любой момент времени. Кроме того, такая информация должна быть представлена в доступных для восприятия форматах, в том числе и для инвалидов. Администраторы баз данных могут быть привлечены к ответственности в случае неправомерного использования личной информации потребителей.

Наряду с этим *LDPD* устанавливает ряд ограничений, связанных с использованием персональных данных в коммерческих целях. Например, предусмотрены ограничения электронного маркетинга: необходимо получить предварительное согласие потребителя на отправку маркетинговых уведомлений, при этом такое разрешение может быть отозвано в любое время. Для операторов мобильной связи отправка маркетинговых сообщений через *SMS* запрещена без предварительного согласия пользователя. Потребители также могут зарегистрировать свои мобильные номера на правительственной платформе «отказа от участия», заявив, что они не желают получать какие-либо сообщения от рекламодателей.

*Защита персональных данных по российскому законодательству.* В Российской Федерации вопросы защиты персональных данных регулируются Законом о персональных данных.

Согласно ст. 1 положения данного Закона применяются к отношениям, связанным с обработкой персональных данных органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими и физическими лицами с использованием средств автоматизации, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, или без использования таких средств, если обработка персональных данных без использования таких средств соответствует характеру действий (операций), совершаемых с персональными данными с использованием средств автоматизации, т.е. позволяет осуществлять в соответствии с заданным алгоритмом поиск персональных данных, зафиксированных на материальном носителе и содержащихся в картотеках или иных систематизированных собраниях персональных данных, и (или) доступ к таким персональным данным. Важно отметить, что Закон регулирует любые отношения по обработке персональных данных независимо от целей, в которых такая обработка осуществляется (в коммерческих, научно-исследовательских, статистических и др.). Исключением из действия Закона является обработка персональных данных физическими лицами только для личных и семейных нужд, а также некоторые иные случаи, установленные Законом.

Понятие обработки персональных данных дано в ст. 3 Закона о персональных данных. Данный термин означает любое действие или совокупность действий, совершаемых с персональными данными, как то: сбор, запись, систематизация, накопление, хранение, уточнение, использование, передача и др. В целом такой подход к определению понятия обработки персональных данных соответствует общемировым стандартам.

В качестве цели принятия Закона о персональных данных в его ст. 2 указывается обеспечение защиты прав и свобод человека и гражданина при обработке его персональных данных, в том числе защиты прав на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну.

Закон устанавливает ряд общих принципов, касающихся обработки персональных данных (ст. 5):

1) осуществление обработки персональных данных на законной и справедливой основе;

2) ограничение обработки персональных данных достижением конкретных, заранее определенных и законных целей. Закон не допускает обработку персональных данных, которая несовместима с целями их сбора;

3) запрет на объединение баз данных, содержащих персональные данные, обработка которых осуществляется в целях, несовместимых между собой;

4) ограничение объема обрабатываемых персональных данных только теми, которые отвечают целям их обработки;

5) соответствие содержания и объема обрабатываемых персональных данных заявленным целям обработки. Обрабатываемые персональные данные не должны быть избыточными по отношению к заявленным целям их обработки;

6) обеспечение точности персональных данных при их обработке, их достаточности, а в необходимых случаях и актуальности по отношению к целям обработки персональных данных. На оператора возлагается обязанность принимать соответствующие меры либо обеспечивать их принятие по удалению или уточнению неполных или неточных данных;

7) ограничение срока хранения персональных данных сроком, необходимым для достижения целей их обработки, если срок хранения персональных данных не установлен федеральным законом, договором, стороной которого, выгодоприобретателем или поручителем по которому является субъект персональных данных. По достижении целей обработки или в случае утраты необходимости их достижения обрабатываемые персональные данные по общему правилу подлежат уничтожению либо обезличиванию.

Указанные принципы во многом схожи с принципами обработки данных, установленными *GDPR*, а именно принципами законности, ограничения целью, минимизации данных, точности и ограничения хранения. В то же время нельзя не отметить, что среди принципов обработки персональных данных в Законе о персональных данных не назван такой важный принцип, как обеспечение конфиденциальности данных и их защита от несанкционированной обработки или случайного уничтожения, а также принцип ответственности оператора за соблюдение принципов обработки персональных данных.

Статья 7 Закона о персональных данных устанавливает обязанность оператора и иных лиц, получивших доступ к персональным данным, обеспечивать их конфиденциальность и не распространять их без согласия субъекта данных. Данное требование является основополагающим в правовом регулировании вопросов обработки персональных данных. Законодательство о защите персональных данных в качестве основной цели определяет именно защиту прав субъектов данных, в том числе их конституционных прав на неприкосновенность частной жизни, на личную и семейную тайну. Обеспечение защиты персональных данных от несанкционированной обработки

или утечки является важнейшим средством достижения указанной цели. В связи с этим закрепление данного принципа в ст. 5 Закона видится обоснованным.

Что касается принципа ответственности оператора за соблюдение указанных принципов обработки персональных данных, то его наличие следует из смысла самого закона. Вместе с тем обозначение данного принципа в ст. 5 Закона о персональных данных, как представляется, должно оказывать воспитательное воздействие на лиц, осуществляющих обработку персональных данных, и стимулировать их соблюдать требования законодательства.

Закон о персональных данных также регламентирует основания их обработки (ст. 6). Данные основания в значительной степени схожи с теми, которые устанавливаются положениями *GDPR*. Так, обработка персональных данных допускается либо с согласия субъекта персональных данных, либо на основании требований закона (в частности, когда такая обработка необходима для участия лица в судебном процессе, для исполнения судебного акта или если осуществляется обработка персональных данных, подлежащих опубликованию или обязательному раскрытию в соответствии с федеральным законом), либо обработка персональных данных необходима для защиты жизни, здоровья или иных жизненно важных интересов субъекта персональных данных, либо обработка персональных данных необходима для исполнения договора, а также в некоторых других случаях.

Относительно обработки персональных данных, которые необходимы для заключения и исполнения договора, нужно отметить, что в данном случае крайне важно четкое соблюдение принципов обработки персональных данных, установленных ст. 5 Закона о персональных данных, в частности принципа ограничения объема собираемых данных только теми, которые необходимы для достижения целей обработки.

Следует оценивать как недопустимую ситуацию, когда при заключении договора с потребителем от последнего требуется указание персональных данных, которые не являются необходимыми для исполнения обязательств по договору, в противном случае в заключении договора будет отказано. Такая ситуация противоречит ст. 426 ГК РФ, в соответствии с которой не допускается отказ лица, осуществляющего предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность, от заключения публичного договора с потребителем при наличии возможности предоставить потребителю соответствующие товары, услуги или выполнить для него соответствующие работы. В связи с этим представляется необходимым законодательное закрепление правила о недопустимости отказа лица,



осуществляющего предпринимательскую деятельность, от заключения договора с потребителем в случае непредоставления потребителем своих персональных данных при условии, что обработка таких данных не является необходимой для исполнения обязательств по договору.

Согласие на обработку персональных данных согласно ч. 1 ст. 9 Закона о персональных данных должно быть дано субъектом данных свободно, своей волей и в своем интересе. Кроме того, согласие должно быть конкретным, информированным и сознательным.

Требование конкретности означает, что согласие должно быть явно выраженным и определенным. Этим обусловлено требование п. 1 ст. 9 Закона о персональных данных о том, что согласие на обработку персональных данных должно быть дано субъектом в форме, позволяющей подтвердить факт его получения. Необходимо обратить внимание на то, что Закон не устанавливает в качестве общего правила обязательность письменной формы дачи согласия на обработку персональных данных (хотя в ряде случаев такое требование может быть установлено законом). В частности, допустима дача согласия в устной форме при условии, что у оператора в дальнейшем будет возможность подтвердить факт его получения (например, если им сделана запись телефонного разговора, в котором субъектом данных выражено согласие на их обработку).

Требование информированности означает, что согласие дается субъектом на основании предоставленной ему информации о целях обработки данных, операторе, сроках обработки данных, а также об иных имеющих значение обстоятельствах. Требования в отношении информации, на получение которой имеет право субъект персональных данных, установлены ст. 14 Закона о персональных данных. Целью информирования субъекта данных является устранение информационной асимметрии, имеющейся в отношениях между ним и оператором. Информирование потребителя позволяет получить от него действительно сознательное, т.е. обдуманное и осмысленное, согласие на обработку данных<sup>1</sup>.

Важно отметить, что обработка персональных данных для определенных целей допускается только с согласия субъекта данных. Так, в соответствии со ст. 15 Закона о персональных данных обработка персональных данных в целях продвижения товаров, работ или услуг на рынке путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи допускается только при усло-

---

<sup>1</sup> См.: *Савельев А.И.* Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О персональных данных». М.: Статут, 2017. С. 121, 122.



вии предварительного согласия субъекта персональных данных. Кроме того, Закон предоставляет субъекту данных право отозвать ранее данное согласие на обработку персональных данных.

Закон о персональных данных закрепляет ряд иных прав субъекта данных, как то: право на доступ к персональным данным, право требовать от оператора уточнения его персональных данных, их блокирования или уничтожения. Требование уничтожения данных может быть предъявлено субъектом данных в случаях, указанных в законе, а именно если персональные данные являются неполными, устаревшими, неточными, незаконно полученными или не являются необходимыми для заявленной цели обработки. Субъект персональных данных вправе также принимать предусмотренные законом меры по защите своих прав (ст. 14). Указанные основания, по которым субъект данных может требовать их удаления, аналогичны основаниям, предусмотренным в ст. 17 *GDPR* применительно к реализации субъектом права на забвение.

Наряду с этим согласно ст. 10<sup>3</sup> Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» субъекту персональных данных предоставляется право требовать от поискового сервиса прекращения выдачи сведений об указателе страницы сайта в сети «Интернет», позволяющих получить доступ к соответствующей информации. Данное право аналогично существующему в европейских правовых порядках праву лица требовать удаления ссылок на определенную информацию о нем (*right to de-referencing*).

Указанное право было впервые сформулировано Европейским судом справедливости в решении по делу *Google Spain and Google v. Mario Costeja González* 2014 г., в котором был поставлен вопрос о возможности требовать от оператора поисковой системы удаления из результатов поиска ссылки на веб-страницы, принадлежащие третьим лицам и содержащие информацию о субъекте данных, без удаления информации с указанных страниц<sup>1</sup>. Суд пришел к выводу, что поскольку деятельность оператора поисковой системы является обработкой персональных данных, а самого оператора поисковой системы можно рассматривать как оператора персональных данных, то оператор поисковой системы обладает теми же правами и обязанностями, что и любой иной оператор персональных данных, в том числе обязанностью по защите персональных данных и обеспечению неприкосновенности частной жизни субъектов данных. В связи с этим

<sup>1</sup> URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62012CJ0131&from=EN>.

субъект данных имеет право требовать от оператора поисковой системы, как и от любого иного оператора данных, прекращения обработки персональных данных, если их обработка не отвечает требованиям законности, справедливости, а также иным требованиям Директивы № 95/46/ЕС от 24 октября 1995 г. «О защите прав частных лиц в отношении обработки персональных данных и о свободном движении таких данных». На основании изложенного суд счел требование к оператору поисковой системы об удалении ссылок на веб-страницы, содержащие персональные данные лица, законным и подлежащим удовлетворению. После принятия *GDPR* Судом также подтверждалась правомерность заявления указанного требования<sup>1</sup>.

На операторов персональных данных законодательство возлагает обязанности по принятию мер, направленных на обеспечение соблюдения законодательства о персональных данных. Ряд таких мер указан в ст. 18<sup>1</sup> Закона о персональных данных, как то: назначение оператором, являющимся юридическим лицом, ответственного за организацию обработки персональных данных; издание документов, определяющих политику оператора в отношении обработки персональных данных; применение соответствующих правовых, организационных и технических мер по обеспечению безопасности персональных данных и др. Важно отметить, что данный перечень не является исчерпывающим.

В целом отечественное законодательство в сфере защиты персональных данных во многом следует подходам, сформулированным в праве стран Европейского союза. Вместе с тем правовое регулирование данной сферы имеет потенциал для дальнейшего совершенствования.

#### **§ 4. НЕСПРАВЕДЛИВЫЕ ДОГОВОРНЫЕ УСЛОВИЯ И НЕДОБРОСОВЕСТНЫЕ КОММЕРЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ**

*Несправедливые договорные условия.* Проблема справедливости условий договора является крайне актуальной для сферы *B2C*. Как уже отмечалось, во взаимоотношениях профессионального участника гражданского оборота и потребителя имеет место информационная асимметрия. Речь идет о том, что лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, обладает большей информацией как о самом товаре, работе или об услуге, так и об иных факторах, име-

<sup>1</sup> См., например: ECJ, C-507/17, 24 September 2019 [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62017CJ0507>.

#### § 4. Несправедливые договорные условия и недобросовестные коммерческие...

ющих значение для сделки. Указанные обстоятельства позволяют профессиональному участнику оборота формулировать договорные условия с тем, чтобы наиболее полно учесть свои собственные интересы, интересы же потребителя при этом могут игнорироваться.

Другая проблема связана с использованием стандартных договорных форм, что не предполагает участие потребителя в разработке условий договора.

Оба указанных обстоятельства обуславливают отсутствие у потребителя возможности влиять на условия договора, заключаемого им с лицом, реализующим товары или осуществляющим выполнение работ или оказание услуг. При таких обстоятельствах потребителя следует рассматривать как более слабую сторону договора, нуждающуюся в дополнительной защите своих прав.

Законодательство зарубежных стран в сфере защиты прав потребителей нередко содержит специальные нормы, направленные на защиту потребителей от несправедливых условий договора.

В странах Европейского союза данный вопрос регулируется, в первую очередь, Директивой № 93/13/ЕЭС от 5 апреля 1993 г. «О несправедливых условиях потребительских договоров» (далее — Директива № 93/13/ЕЭС). Основной целью ее принятия было повышение уровня гарантий прав потребителей. Европейский суд справедливости в решении по делу *Mostaza Claro* отмечал, что Директива № 93/13/ЕЭС «направлена на замену формального баланса, который договор устанавливает между правами и обязанностями сторон эффективным балансом, который восстанавливает равенство между ними»<sup>1</sup>.

Согласно ст. 3 Директивы № 93/13/ЕЭС условие договора, которое не было согласовано с потребителем индивидуально, считается несправедливым, если вопреки требованию добросовестности оно вызывает значительный дисбаланс в правах и обязанностях сторон, вытекающих из договора, в ущерб потребителю. В связи с этим необходимо обратить внимание, что положения Директивы распространяются не на любые условия договора, а только на те, которые не были согласованы непосредственно с потребителем, т.е. на те, которые были составлены заранее профессиональным участником оборота.

Статья 4 Директивы № 93/13/ЕЭС содержит критерии оценки договорных условий на предмет справедливости: таковая должна

---

<sup>1</sup> ECJ, judgment of 26 October 2006, Case C-168/05, Elisa María Mostaza. Claro v Centro Móvil Milenium SL, ECLI:EU:C:2006:675, para 36 [Electronic resource]. URL: <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionid=3C76E02C3A70D84E32C504075863954C?text=&docid=63926&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=3540131>.

производиться с учетом иных условий договора, обстоятельств, имевших место в момент заключения договора, а также характера товаров или услуг, в отношении которых был заключен договор. Необходимо отметить, что согласно ст. 4 не могут оцениваться на предмет справедливости условия об основном предмете договора (*main subject matter of a contract*) и условие о цене.

Статья 5 Директивы № 93/13/ЕЭС устанавливает, что условия договора с потребителем должны излагаться простым и понятным языком. Из положений этой статьи следует, что условия договора могут быть признаны недействительными на том основании, что они не соответствуют указанному требованию<sup>1</sup>. Данная статья также содержит правила толкования неясных договорных условий: при наличии сомнений такие условия должны толковаться в пользу потребителя.

Наряду с этими общими правилами Приложение к Директиве № 93/13/ЕЭС содержит перечень условий договоров с потребителями, в отношении которых устанавливается опровержимая презумпция их несправедливости. К таковым относятся, например, следующие: условия, исключаящие или ограничивающие ответственность продавца за вред, причиненный жизни или здоровью потребителя; условия, ограничивающие законные права потребителя в отношении продавца в случае нарушения последним своих обязательств; условия, предоставляющие продавцу право расторгнуть договор в одностороннем порядке по своему собственному усмотрению, если такое право не предоставлено потребителю, и др. Необходимо отметить, что наличие данного перечня не означает, что иные условия договора с потребителем, отсутствующие в перечне, не могут быть признаны несправедливыми. Как подчеркнул Европейский суд справедливости в решении по делу *Invitel*, «условие, указанное в перечне, необязательно должно считаться несправедливым, и, наоборот, условие, которое не фигурирует в перечне, может рассматриваться как несправедливое»<sup>2</sup>. Иными словами, условие, фигурирующее в перечне, при определенных обстоятельствах может признаваться справедливым.

Согласно ст. 6 Директивы № 93/13/ЕЭС условия договора с потребителем, признанные несправедливыми, не являются обязательными

<sup>1</sup> См.: Research Handbook on EU Consumer and Contract Law. UK: Cheltenham, 2016. P. 301.

<sup>2</sup> CJEU, judgment of 26 April 2012, Case C-472/10, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v Invitel Távközlési Zrt, ECLI:EU:C:2012:242, para 26 [Electronic resource]. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62010CJ0472\\_SUM](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62010CJ0472_SUM).

#### § 4. Несправедливые договорные условия и недобросовестные коммерческие...

для потребителя, однако в оставшейся части договор сохраняет свое действие, если это возможно без несправедливых условий. Вместе с тем положения Директивы позволяют государствам — членам Европейского союза уточнить в национальном законодательстве последствия недействительности несправедливых договорных условий.

Рассмотренные положения Директивы № 93/13/ЕЭС были имплементированы в национальное законодательство ряда европейских стран.

Так, ст. VI.37 Кодекса экономического права Бельгии содержит нормы, закрепляющие требования в отношении условий договора с потребителем: таковые должны быть сформулированы четко и понятно, в случае неясности договорного условия оно должно быть истолковано в пользу потребителя. Глава 5 титула 3 книги VI Кодекса посвящена несправедливым договорным условиям. Под несправедливым договорным условием понимается любое условие в договоре между лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность, и потребителем, которое само по себе или в сочетании с одним или несколькими другими условиями создает явный дисбаланс между правами и обязанностями сторон в ущерб потребителю (п. 22 ст. I.8). Статья VI.82 Кодекса закрепляет общие правила оценки договорных условий на предмет несправедливости: при оценке ненадлежащего характера договорного условия помимо учета требований ст. VI.37 Кодекса необходимо также принимать во внимание характер предмета договора, обстоятельства, связанные с заключением договора, а также остальные договорные условия. В соответствии со ст. VI.39 Кодекса несправедливые договорные условия являются ничтожными. При этом договор остается действительным, если он может существовать без этих условий.

Статья 33 Потребительского кодекса Италии устанавливает, что условие договора между потребителем и коммерсантом считается несправедливым, если вопреки требованию добросовестности оно вызывает значительный дисбаланс в правах и обязанностях, возникающих из договора, в ущерб потребителю. При этом п. 2 указанной статьи вводит опровержимую презумпцию несправедливости ряда договорных условий. Перечень таких условий аналогичен тому, который содержится в приложении к Директиве № 93/13/ЕЭС. Статья 34 Потребительского кодекса закрепляет правила оценки договорных условий на предмет их несправедливости. Согласно ст. 36 условия договора, признанные несправедливыми в соответствии со ст. 33 и 34 Кодекса, являются ничтожными.

Статья L212-1 Потребительского кодекса Франции определяет как несправедливое любое условие договора между потребителем и

профессиональным участником оборота, которое имеет целью или следствием создание значительного дисбаланса в правах и обязанностях сторон договора в ущерб потребителю. Правила оценки договорных условий на предмет их несправедливости, закрепленные в данной статье, воспроизводят положения Директивы № 93/13/ЕЭС. Важно отметить, что в соответствии со ст. L212-1 Потребительского кодекса Франции бремя доказывания того, что договорное условие не является несправедливым, возлагается на профессионального участника оборота.

Аналогичное с вышеуказанными определение несправедливых договорных условий закреплено в ст. 62 Закона о правах потребителей 2015 г. Великобритании. В соответствии с данной статьей несправедливые условия договора не являются обязательными для потребителя. При этом в оставшейся части договор является действительным, если это возможно без указанных условий (ст. 67). Приложение 2 к данному Закону содержит перечень условий, которые могут быть расценены как несправедливые, аналогичный перечень условий, содержащемуся в приложении к Директиве № 93/13/ЕЭС. При этом в ст. 63 Закона указывается, что данный перечень является ориентировочным и не является исчерпывающим. Соответственно любое условие договора с потребителем может быть оценено на предмет его справедливости с учетом правил оценки, предусмотренных в ст. 62 Закона о правах потребителей.

Схожие положения в отношении несправедливых договорных условий содержатся и в законодательстве иных стран, не являющихся членами Европейского союза. Так, ст. 51 Кодекса защиты прав потребителей Бразилии устанавливает перечень несправедливых договорных условий. Данный перечень в многом схож с теми, которые предусмотрены в законодательстве европейских стран. Кроме того, в соответствии с § 2 этой статьи несправедливыми считаются условия договора с потребителем, которые противоречат основным принципам правовой системы, либо создают явный дисбаланс в правах и обязанностях сторон договора в ущерб потребителю, либо являются чрезмерно обременительными для потребителя.

*Несправедливые договорные условия в российском законодательстве.* Закон о защите прав потребителей не предусматривает какого-либо перечня условий договора с потребителем, которые являются заведомо несправедливыми, а также в принципе не содержит такого понятия, как несправедливое договорное условие. Вместе с тем нельзя утверждать, что данный вопрос законодатель обходит молчанием.

Согласно п. 1 ст. 16 Закона о защите прав потребителей недействительны условия договора, ущемляющие права потребителя по

сравнению с правилами, установленными законами или иными правовыми актами Российской Федерации в области защиты прав потребителей. Как разъясняется в п. 76 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 июня 2015 г. № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации», такие условия являются ничтожными.

Ряд условий договоров с участием потребителей закон прямо называет недопустимыми. Так, согласно п. 2 ст. 16 Закона о защите прав потребителей запрещается обуславливать приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг). Также запрещается обуславливать удовлетворение требований потребителей, предъявляемых в течение гарантийного срока, условиями, не связанными с недостатками товаров (работ, услуг).

Кроме того, согласно п. 2 ст. 400 ГК РФ ничтожно соглашение об ограничении размера ответственности должника по договору, в котором кредитором является гражданин, выступающий в качестве потребителя, если размер ответственности для данного вида обязательств или за данное нарушение определен законом и если соглашение заключено до наступления обстоятельств, влекущих ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства.

Закон о защите прав потребителей не содержит критериев для признания того или иного договорного условия нарушающим права потребителей. Суды указывают, что «к числу ущемляющих права потребителей могут быть отнесены условия договора, согласно которым на потребителя возлагается несение бремени предпринимательских рисков, связанных с факторами, которые могут повлиять, к примеру, на стоимость приобретаемого товара, при том, что потребитель, являясь более слабой стороной в отношениях с хозяйствующим субъектом, как правило, не имеет возможности влиять на содержание договора при его заключении»<sup>1</sup>.

Вместе с тем отсутствие сколь-нибудь четких критериев может существенно затруднить защиту потребителем своих прав, особенно в ситуации, когда условие договора формально не противоречит императивным требованиям законодательства в сфере защиты прав потребителей, однако является явно обременительным для потребителя или создает дисбаланс в правах и обязанностях сторон договора в ущерб потребителю.

В подобной ситуации возможным способом защиты потребителем своих прав является требование о расторжении или изменении до-

---

<sup>1</sup> Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 16 мая 2017 г. № 24-КГ17-7.



говора присоединения на основании п. 2 ст. 428 ГК РФ. Однако в этом случае возникает сложность, связанная с тем, что, исходя из положений указанной нормы, а также разъяснений, данных в п. 10 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 14 марта 2014 г. № 16 «О свободе договора и ее пределах», бремя доказывания того, что договор лишает сторону прав, обычно предоставляемых по договорам такого вида, исключает или ограничивает ответственность другой стороны за нарушение обязательств либо содержит другие явно обременительные для присоединившейся стороны условия, будет возложено на потребителя, что, разумеется, может создать для него серьезные трудности.

В связи с этим представляется необходимым закрепление в Законе о защите прав потребителей положений о том, что бремя доказывания того обстоятельства, что условия договора с потребителем не являются противоречащими требованиям законодательства и не ущемляют права потребителя по сравнению с правилами, установленными законом, а также не являются явно обременительными для потребителя, возлагается на продавца (исполнителя). В Закон должна быть также включена норма о ничтожности такого рода условий договоров с потребителями.

Наряду с этим представляется необходимым установить в Законе о защите прав потребителей правила оценки условия договора с потребителем. Оценка спорного условия должна производиться судом с учетом иных условий договора, обстоятельств, имеющих отношение к заключению договора, а также характера товаров или услуг, в отношении которых был заключен договор.

Было бы также полезным закрепление в Законе о защите прав потребителей примерного перечня условий, которые могут рассматриваться как несправедливые. При этом обязательно должно быть указано, что данный перечень не является исчерпывающим и любые договорные условия могут быть предметом оценки суда.

Представляется, что примерный перечень несправедливых условий договоров с потребителем может включать следующие:

- условия, исключающие или ограничивающие ответственность продавца (исполнителя) за вред, причиненный жизни и здоровью потребителя вследствие недостатков товара (работы, услуги);
- условия, исключающие или ограничивающие ответственность продавца за вред, причиненный имуществу потребителя вследствие недостатков товара (работы, услуги);
- условия, умаляющие законные права потребителя по предъявлению требований изготовителю (продавцу, исполнителю и пр.) в



#### § 4. Несправедливые договорные условия и недобросовестные коммерческие...

случае неисполнения или ненадлежащего исполнения продавцом (исполнителем) своих обязательств по договору;

– условия, ставящие удовлетворение требований потребителей, предъявляемых в течение гарантийного срока, в зависимости от условий, не связанных с недостатками товаров (работ, услуг);

– условия, возлагающие на потребителей дополнительные расходы при предъявлении ими претензий изготовителю (продавцу, исполнителю и пр.) в отношении недостатков товара (работы, услуги);

– условия, позволяющие продавцу (исполнителю) удерживать сумму, уплаченную потребителем по договору, если последним принято решение об отказе от договора, в том числе в случае, если договор содержал условие о предварительной оплате потребителем товаров (работ, услуг);

– условия, обязывающие потребителя выполнять все свои обязательства по договору в случае, когда продавец (исполнитель) не выполняет свои обязательства по договору;

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) возможность изменять условия договора в одностороннем порядке без уважительной причины, указанной в договоре, и без уведомления об указанных изменениях потребителя;

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) право в одностороннем порядке без уважительной причины изменять характеристики предоставляемых потребителю товаров (работ, услуг);

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) право требовать от потребителя, не выполняющего или ненадлежащим образом выполняющего свои обязательства по договору, выплату непропорционально высокой неустойки;

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) возможность передачи своих прав и обязанностей по договору без согласия потребителя, если это может привести к снижению гарантий прав последнего;

– условия, исключающие право потребителя на обращение в суд за защитой своих прав или использование иных средств их защиты либо препятствующие осуществлению такого права, в том числе условия об обязательной передаче спора на рассмотрение третейским судом, а также условия, возлагающие на потребителя бремя доказывания обстоятельств, которое в соответствии с законом должно лежать на другой стороне договора.

*Недобросовестные коммерческие практики в законодательстве зарубежных стран.* Потребитель в отношениях с профессиональными участниками оборота является более слабой стороной в силу отсутствия у него соответствующих знаний и опыта. В связи с этим на его

поведение могут оказывать влияние самые различные факторы, в том числе те, которые воздействуют на процесс принятия потребителем решения о выборе контрагента или товара (работы, услуги). Поэтому законодательство зарубежных стран предусматривает положения, направленные на регулирование применения тех или иных коммерческих практик, которые могут иметь влияние на решения, принимаемые потребителем.

В Европейском союзе, как уже отмечалось в § 1 гл. I настоящей работы, действует Директива № 2005/29/ЕС от 11 мая 2005 г. «О недобросовестных коммерческих практиках в отношениях между предпринимателями и потребителями на внутреннем рынке Европейского союза» (далее — Директива № 2005/29/ЕС). В литературе обращается внимание на важность борьбы с указанными явлениями, поскольку профессиональные участники оборота, которые воздействуют на потребителей с помощью агрессивных или вводящих в заблуждение практик, могут исказить процесс принятия потребителем экономических решений<sup>1</sup>, что снижает уровень защищенности потребителя.

Положения Директивы № 2005/29/ЕС устанавливают общий запрет для профессиональных участников оборота на использование недобросовестных коммерческих практик в отношениях с потребителями (ст. 5). В соответствии с п. 1 ст. 5 указанной Директивы коммерческая практика считается недобросовестной, если отвечает следующим признакам: противоречит требованиям профессиональной осмотрительности (*professional diligence*), а также искажает или может существенно исказить экономическое поведение среднего потребителя или среднего члена группы, на которую эта деятельность направлена. В соответствии с п. 2 ст. 5 недобросовестной считается, в частности, коммерческая практика, которая вводит в заблуждение или является агрессивной. Следует обратить внимание на то, что, исходя из данной нормы, иные коммерческие практики также могут быть признаны недобросовестными, даже если они не являются агрессивными или вводящими в заблуждение, однако отвечают признакам, указанным в п. 1 ст. 5 Директивы № 2005/29/ЕС.

Под вводящей в заблуждение коммерческой практикой в Директиве № 2005/29/ЕС понимается практика, связанная с умалчиванием существенной информации, необходимой среднему потребителю в соответствии с контекстом для принятия обоснованного решения, а также практика, когда такая информация предоставляется потребителю неясным, непонятным, двусмысленным или несвоевремен-

---

<sup>1</sup> См.: Research Handbook on EU Consumer and Contract Law. P. 388.

#### § 4. Несправедливые договорные условия и недобросовестные коммерческие...

ным образом, что может заставить среднего потребителя принять такое решение, которое он не принял бы в ином случае (ст. 7).

Под агрессивной коммерческой практикой понимается практика, которая путем преследования, принуждения, включая применение физической силы, или иного неправомерного воздействия значительно умаляет свободу выбора или поведения среднего потребителя и тем самым заставляет его принять решение, которое он не принял бы в ином случае (ст. 8). При решении вопроса о признании коммерческой практики агрессивной необходимо учитывать обстоятельства, указанные в ст. 9 Директивы № 2005/29/ЕС, в частности, время, место и характер практики, наличие или отсутствие физической или словесной угрозы, использование профессиональным участником оборота знаний о каком-либо конкретном несчастье или обстоятельствах такой тяжести, которые могут повлиять на принятие потребителем решения, и ряд других.

Помимо общего понятия недобросовестной коммерческой практики Директива № 2005/29/ЕС содержит перечень практик, которые при любых обстоятельствах считаются недобросовестными (Приложение I). Включение коммерческой практики в данный перечень означает, что не требуется представлять какие-либо иные доказательства несправедливости, введения в заблуждение или агрессивного характера<sup>1</sup>. Перечень насчитывает более тридцати пунктов. Например, всегда недобросовестными являются следующие коммерческие практики:

– ложное заявление о том, что продукт будет доступен только в течение очень ограниченного времени или что он будет доступен только на определенных условиях в течение очень ограниченного времени, с тем чтобы вызвать немедленное решение и лишить потребителей достаточной возможности или времени для осознанного выбора;

– существенно неточные заявления относительно характера и степени риска для личной безопасности потребителя или его семьи, если товар не будет приобретен потребителем;

– продвижение продукта, аналогичного продукту, изготовленному конкретным производителем, таким образом, чтобы намеренно ввести потребителя в заблуждение, заставив его поверить, что продукт изготовлен тем же производителем;

– утверждение о намерении продавца прекратить торговлю или переехать в иное помещение, не соответствующее действительности;

– направление повторяющихся нежелательных сообщений по телефону, факсу, электронной почте или другим средствам связи, за

---

<sup>1</sup> См.: Research Handbook on EU Consumer and Contract Law. P. 394.

исключением случаев, когда это оправдано национальным законодательством для обеспечения выполнения договорных обязательств.

Указанные нормы Директивы № 2005/29/ЕС были имплементированы в национальное законодательство ряда стран Европы.

Согласно ст. VI.93 Кодекса экономического права Бельгии коммерческая практика является недобросовестной, если она противоречит требованиям профессиональной осмотрительности и изменяет или может существенно повлиять на экономическое поведение среднего потребителя или, если такая практика направлена на определенную группу потребителей, экономическое поведение среднего члена этой группы. При этом в любом случае недобросовестной является коммерческая практика, которая вводит в заблуждение или является агрессивной (ст. VI.94 Кодекса).

Вводящей в заблуждение признается коммерческая практика, связанная с предоставлением потребителю недостоверных сведений либо не связанная с предоставлением недостоверных сведений, но иным образом способствующая введению среднего потребителя в заблуждение в отношении каких-либо обстоятельств, указанных в данной статье (например, в отношении существования или природы товара, основных характеристик товара или услуги, цены или способа ее расчета и т.д.) (ст. VI.97 Кодекса). Вводящей в заблуждение коммерческой практикой также считается непредоставление потребителю существенной информации в отношении договора, в том числе сокрытие значительной части такой информации, ее предоставление в неясной или неоднозначной форме (ст. VI.99 Кодекса).

Агрессивной коммерческой практикой признается практика, которая может существенным образом повлиять на поведение среднего потребителя вследствие преследования, принуждения, в том числе использования физической силы, или иного противоправного воздействия и повлечь принятие им такого решения, которое не было бы им принято при иных обстоятельствах (ст. VI.101 Кодекса). При оценке коммерческой практики как агрессивной необходимо учитывать ряд обстоятельств, указанных в ст. VI.102 Кодекса, в том числе время, место, характер коммерческой практики, наличие или отсутствие физической или словесной угрозы и др. Статья VI.103 Кодекса содержит перечень действий, которые в любом случае могут расцениваться как агрессивная коммерческая практика (например, повторяющиеся нежелательные сообщения по телефону, факсу или электронной почте, требования немедленной или отсроченной оплаты товаров или услуг, предоставленных потребителю без его запроса, и др.).

Указанные коммерческие практики являются запрещенными законом (ст. VI.95 Кодекса). В наиболее грубых случаях нарушения

#### § 4. Несправедливые договорные условия и недобросовестные коммерческие...

запрета на использование недобросовестных коммерческих практик (например, если договор был заключен под воздействием агрессивной коммерческой практики, когда потребителю дают понять, что он не сможет покинуть помещение до заключения договора, а также в некоторых других случаях) потребитель вправе в разумный срок потребовать возврата уплаченных сумм без возврата предоставленного продукта (ст. VI.38 Кодекса). В случаях, предусмотренных ст. VI.38 Кодекса, данная мера может быть применена по инициативе суда.

Аналогичное определение недобросовестной коммерческой практики содержится в ст. L121-1 Потребительского кодекса Франции. Данная статья устанавливает запрет на использование такого рода практик, а также содержит указание, что вводящие в заблуждение или агрессивные коммерческие практики в любом случае расцениваются как недобросовестные.

В соответствии со ст. L121-1 Кодекса вводящей в заблуждение считается коммерческая практика, которая может создать путаницу с другим товаром или услугой, товарным знаком, торговым наименованием или другим отличительным знаком конкурента либо которая основана на ложных или вводящих в заблуждение утверждениях в отношении обстоятельств, указанных в данной статье (наличие товара или услуги, их основные характеристики, цена и др.). Вводящими в заблуждение считаются коммерческие практики, указанные в ст. L121-2—L121-4 Кодекса. Так, согласно ст. L121-3 вводящей в заблуждение считается коммерческая практика, которая связана с сокрытием существенной информации от потребителя. К существенной информации данная статья относит основные характеристики товара или услуги, сведения о наименовании и местонахождении лица, реализующего товары или оказывающего услуги, цену товара или услуги, порядок оплаты, порядок передачи товара или оказания услуг, порядок обработки предъявляемых потребителем претензий, информация о наличии у потребителя права на отказ от договора.

Согласно ст. L121-6 Кодекса агрессивной является коммерческая практика, которая вследствие неоднократных и настойчивых просьб или применения физического или морального принуждения, а также с учетом других окружающих обстоятельств может существенно сузить свободу выбора потребителя либо заставить потребителя согласиться на совершение сделки либо препятствует осуществлению договорных прав потребителя. При решении вопроса об оценке коммерческой практики как агрессивной должны учитываться обстоятельства, указанные в данной статье (время и место осуществления практики, наличие или отсутствие физической или словесной угрозы и др.). Однозначно считаются агрессивными коммерческие пра-

тики, указанные в ст. L121-7 Кодекса: например, когда потребитель дает понять, что он не сможет покинуть помещение до заключения договора, или когда потребитель получает повторяющиеся нежелательные сообщения по телефону, факсу или электронной почте и некоторые другие.

Особое внимание в Кодексе уделяется вопросу о так называемом злоупотреблении слабостью (*abus de faiblesse*). В соответствии со ст. L121-8 Кодекса запрещается злоупотребление слабостью или невежеством какого-либо лица для того, чтобы с помощью визитов на дом заставить его принять на себя наличные или кредитные обязательства в любой форме, если обстоятельства свидетельствуют о том, что это лицо не могло оценить объем взятых на себя обязательств или обнаружить хитрости, использованные для того, чтобы убедить его принять указанные обязательства, или что данное лицо было подвергнуто принуждению. В ст. L121-9 Кодекса указываются обстоятельства, которые могут свидетельствовать о злоупотреблении слабостью: это заключение договора в результате агитации по телефону или факсу, совершение сделки в чрезвычайной ситуации, когда у потребителя отсутствовала возможность проконсультироваться с иными квалифицированными специалистами, а также некоторые иные случаи.

Схожие положения содержатся в законодательстве других стран Европы, например в Правилах защиты потребителей от недобросовестной торговли 2008 г. (*The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008*) Великобритании, в ст. 20–26 Потребительского кодекса Италии. Положения данных законов, по сути, воспроизводят содержание Директивы № 2005/29/ЕС.

*Вопрос о необходимости закрепления в российском законодательстве норм по противодействию использованию недобросовестных коммерческих практик.* Российское законодательство, в том числе Закон о защите прав потребителей, не содержит подобных норм о недобросовестных коммерческих практиках. Однако их появление выступает необходимым и важным средством защиты потребителей, поскольку запрет таких коммерческих практик поможет оградить потребителей от недобросовестного поведения со стороны профессиональных участников оборота, направленного на формирование у потребителя неверного представления о свойствах товара, работы или услуги, либо на навязывание потребителю определенных товаров, работ или услуг.

В связи с этим представляется необходимым закрепить в Законе о защите прав потребителей понятие недобросовестной коммерческой практики. Такая практика может быть определена как деятельность продавца (исполнителя, владельца агрегатора), которая про-

#### § 4. Несправедливые договорные условия и недобросовестные коммерческие...

тиворечит принципу добросовестности и может существенным образом влиять на поведение среднего потребителя или среднего члена группы потребителей, если такая деятельность направлена на эту группу. Следует предусмотреть, что такая практика однозначно является недобросовестной в случае, если является агрессивной или направлена на введение потребителей в заблуждение.

Агрессивную коммерческую практику следует определить как деятельность продавца (исполнителя, владельца агрегатора), которая связана с применением в отношении потребителя неправомερных методов воздействия, в том числе в виде повторяющихся и не запрашиваемых потребителем уведомлений с предложением заключить договор через телефон, факс, электронную почту и иные средства связи, преследования или применения или угрозы применения физического принуждения, которые умалают свободу воли потребителя и тем самым вынуждают принять его решение о приобретении товара (работы, услуги), которое не было бы им принято при отсутствии такого воздействия.

Вводящей в заблуждение коммерческой практикой следует считать деятельность, которая связана с непредоставлением потребителю информации о контрагенте и (или) о товаре (работе, услуге), предоставление которой является обязательной в соответствии с законом, а также иной запрашиваемой потребителем информации, имеющей значение для совершения сделки, либо предоставлением такой информации не в полном объеме, либо ее умышленным искажением, либо предоставлением указанной информации в неясной, непонятной или двусмысленной форме либо несвоевременным образом, которое может повлиять на решение потребителя и заставить его принять такое решение, которое не было бы принято в отсутствие указанных обстоятельств.

В Законе о защите прав потребителей следует также закрепить не являющийся исчерпывающим перечень коммерческих практик, которые в любом случае считаются недобросовестными. При этом можно ориентироваться на перечень, содержащийся в Приложении I к Директиве № 2005/29/EC.

Наряду с этим важно предусмотреть последствия нарушения продавцом (исполнителем, иными лицами) запрета на использование недобросовестных коммерческих практик. Представляется возможным ввести правило, аналогичное норме ст. VI.38 Кодекса экономического права Бельгии, согласно которой в наиболее грубых случаях нарушения запрета на использование недобросовестных коммерческих практик (например, если договор был заключен под воздействием агрессивной коммерческой практики, когда потребителю дают



понять, что он не сможет покинуть помещение до заключения договора, а также в некоторых других случаях, которые определяются в законе) потребитель вправе в разумный срок потребовать возврата уплаченных сумм без возврата предоставленного продукта. Следует также предусмотреть право потребителя на расторжение договора, заключенного вследствие использования продавцом или исполнителем недобросовестной коммерческой практики, и право требовать возврата уплаченных по такому договору сумм, а также возмещения убытков.

## § 5. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ОТКАЗ ОТ ДОГОВОРА

Реализация права на односторонний отказ от договора означает его расторжение во внесудебном порядке<sup>1</sup> и допускается в случаях, предусмотренных ГК РФ, другими законами, иными правовыми актами или договором. Право на односторонний отказ от договора осуществляется управомоченной стороной путем уведомления другой стороны об отказе от договора (п. 1, 2 ст. 450<sup>1</sup> ГК РФ).

В настоящее время правила российского законодательства, регулирующие отказ потребителя от потребительского договора, дифференцированы в зависимости от вида договора, способа его заключения, сферы регулируемых им отношений, наличия и вида нарушения прав потребителя.

Сопоставление подходов к законодательному регулированию права потребителя на отказ от договора в России и странах Евросоюза позволяет определить следующие возможные направления совершенствования отечественного законодательства по указанному вопросу.

**Отказ потребителя от договора продажи товара и договоров о выполнении работ (оказании услуг) при дистанционном порядке их заключения<sup>2</sup>.** При указанном порядке заключения договора потребитель не может ни до заключения, ни в момент заключения договора непосредственно опробовать приобретаемый товар и поэтому находится в более уязвимом положении по сравнению с потребителем, имеющим такую возможность. В связи с вызванной этим обстоятельством повышенной «слабостью» потребителя в дистанционно

<sup>1</sup> См.: *Грибанов В.П.* Осуществление и защита гражданских прав. М., 2001. С. 152.

<sup>2</sup> Сопоставление рассматриваемых правил было проведено ранее А.М. Ширвиндтом (см.: Ширвиндт А.М. Указ. соч.) и А. Семеновым (URL: [http://ozpp.ru/international/directivy-es-po-zpp/directivy-es-po-zpp\\_18195.html](http://ozpp.ru/international/directivy-es-po-zpp/directivy-es-po-zpp_18195.html)).



§ 5. Совершенствование регулирования права потребителя на отказ от договора

заключенных контрактах законодательно устанавливается так называемый период охлаждения (*cooling-off period*), в течение которого потребитель может передумать и отказаться от договора без указания причин и без издержек. При этом длительность периода охлаждения определяется по-разному для случаев, когда исполнителем надлежало (в форме и срок, установленные законодательством) исполнена обязанность по предоставлению потребителю информации о порядке расторжения договора, и случаев, когда исполнитель нарушил эту обязанность.

1. При отсутствии нарушения продавцом (исполнителем) обязанности по предоставлению потребителю информации о его праве в течение периода охлаждения на расторжение без какого-либо обоснования договора, заключенного дистанционно, российское законодательство предусматривает более короткий период охлаждения, чем государства Евросоюза.

Согласно ст. 497 ГК РФ, ст. 26<sup>1</sup> Закона о защите прав потребителей отказ потребителя от договора продажи товара при дистанционном порядке его заключения допускается без указания причин в течение всего периода до передачи товара потребителю и в течение семи дней после его передачи, тогда как Директивой Европейского парламента и Совета ЕС № 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г. «О правах потребителей» (ст. 9) потребителю по общему правилу для расторжения дистанционного договора в отсутствие каких-либо нарушений со стороны продавца предоставляется более длительный период, равный 14 дням, исчисляемый с момента вступления потребителя во владение товаром или со дня заключения договора в отношении договоров об оказании услуг<sup>1</sup>.

2. Момент, с которого начинает отсчитываться рассматриваемый срок, в Директиве № 2011/83/ЕС (ст. 9) уточняется для случая приобретения нескольких товаров по одному заказу (в таком случае срок начинает течь с момента, когда потребитель или иное указанное им физическое лицо, за исключением перевозчика, вступает во владение последним из товаров), для случая доставки товаров партиями или частями (в таком случае срок начинает течь с момента, когда потребитель или иное указанное им физическое лицо, за исключением перевозчика, вступает во владение последней партией или частью), для случая регулярной доставки товаров в течение определенного периода (в таком случае срок начинает течь с момента, когда потре-

<sup>1</sup> Директива № 2011/83/ЕС не подлежит применению к договорам о финансовых услугах, комплексном туристическом обслуживании и с условиями таймшера, и ряду других договоров (ст. 3).

битель или иное указанное им физическое лицо, за исключением перевозчика, вступает во владение первым товаром). Российское законодательство подобного детального дифференцированного регулирования в зависимости от особенностей доставки товара не предусматривает.

3. В государствах Евросоюза срок для осуществления потребителем права на расторжение договора при нарушении продавцом обязанности по предоставлению потребителю информации об указанном праве существенно превышает срок, установленный отечественным законодательством.

Если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена потребителю в письменной форме в момент доставки товара, то по российскому законодательству потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара. В соответствии же с Директивой № 2011/83/ЕС (ст. 10) при непредоставлении потребителю продавцом информации о праве на расторжение договора период для расторжения договора истекает через 12 месяцев с момента истечения первоначального (т.е. 14-дневного) периода для расторжения договора. Вместе с тем если потребителю такая информация все же предоставлена до истечения 12 месяцев со дня, когда начинает течь 14-дневный срок осуществления своевременно информированным потребителем права на отказ от договора, то это право потребителем, проинформированным продавцом с опозданием, может быть реализовано в течение 14 дней после дня получения им соответствующей информации.

Таким образом, согласно Директиве № 2011/83/ЕС период, в течение которого возможен отказ потребителя от договора при отсутствии указанного нарушения со стороны продавца, в два раза более продолжительный (14 дней в Евросоюзе и семь дней в Российской Федерации), а при указанном нарушении, допущенном продавцом, — более чем в четыре раза превышает срок, установленный российским законодательством (12 месяцев + 14 дней в Евросоюзе и три месяца в Российской Федерации), если только продавец не «исправился».

4. Различаются правила информирования потребителя о его праве на расторжение договора. В приложении I (А) к Директиве № 2011/83/ЕС определена типовая форма информации, предоставляемой потребителю относительно его права на расторжение договора (*model instructions on withdrawal*). Она охватывает разъяснение этого права, порядка его осуществления, указание на расходы, которые придется понести потребителю в случае реализации его права. В частности, продавец обязан предоставить потребителю информацию о типовой



ным постановлением Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463, распределение расходов на осуществление возврата суммы, уплаченной потребителем в соответствии с договором розничной купли-продажи за товар надлежащего качества, определяется офертой (п. 23), а оплата товара потребителем путем перевода средств на счет третьего лица, указанного продавцом, не освобождает продавца от обязанности осуществить возврат уплаченной потребителем суммы при возврате потребителем товара (п. 24). Однако при этом не определено, в какие конкретно сроки потребителем должен быть возвращен товар после отказа от договора.

Со своей стороны Директива № 2011/83/ЕС предусматривает, что потребитель обязан отправить товар назад или передать товар продавцу либо уполномоченному им лицу без необоснованного промедления, но не позднее 14 дней с момента направления продавцу уведомления о своем намерении расторгнуть договор (ст. 14). При этом период такой же продолжительности установлен для возврата продавцом всех полученных от потребителя платежей.

Важно, что в Директиве № 2011/83/ЕС предусмотрено право продавца удерживать суммы, подлежащие возврату, до тех пор, пока он не получит товар или пока потребитель не предоставит доказательства отправки товара (в зависимости от того, что наступит раньше), за исключением случаев, когда продавец сам забирает товар (ст. 13).

В отношении издержек, связанных с возвратом платежей потребителю, Директива № 2011/83/ЕС предусматривает, что потребитель их нести не должен (ст. 13).

7. Директива № 2011/83/ЕС (ст. 16) предусматривает перечень заключенных дистанционно или вне служебного помещения продавца договоров, которые не могут быть расторгнуты потребителем в период охлаждения, включающий договоры о поставке товаров, изготовленных в соответствии со спецификациями потребителя, или явно индивидуализированных товаров; товаров, подверженных быстрой порче или утрате; товаров в герметичной упаковке, которые не подлежат возврату по причинам, связанным с охраной здоровья и гигиеной, и были распакованы после доставки; товаров, которые после доставки ввиду своего характера неотделимо смешиваются с иными веществами; запечатанных аудио- или видеозаписей или запечатанного программного обеспечения, которые были распечатаны после доставки; газет, журналов или иных периодических изданий, кроме поставляемых по договорам о подписке на такие издания; договоры, заключенные по результатам публичного аукциона; договоры на предоставление жилого помещения не для целей проживания, на транспортировку грузов, прокат автомобилей, обеспе-

§ 5. Совершенствование регулирования права потребителя на отказ от договора

чение питанием или на оказание услуг, связанных с организацией досуга, если договор предусматривает конкретную дату или период исполнения<sup>1</sup>; договоры на поставку цифрового содержимого на нематериальном носителе, если исполнение договора началось с прямо выраженного предварительного согласия потребителя, а также при осознании потребителем того, что он теряет право на расторжение договора при даче такого согласия.

Отечественные правила на этот счет сформулированы в п. 4 ст. 26<sup>1</sup> Закона о защите прав потребителей в более общей форме: при дистанционном способе продажи возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, и не допускается, когда товар имеет индивидуально-определенные свойства и может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

В этих условиях к случаям отказа потребителя от дистанционно заключенного договора в судебной практике стал применяться Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, утвержденный постановлением Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55<sup>2</sup> (в настоящее время утратил силу, поскольку с 1 января 2021 г. до 1 января 2027 г. действует новый Перечень — Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, утвержденный постановлением Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463).

Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, утвержден Правительством РФ в соответствии со ст. 25 Закона о защите прав потребителей, предусматривающей право потребителя в течение 14 дней обменять непродовольственный товар, не подошедший по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации, если он не был в употреблении (возврат такого товара в указанном случае продавцу с возвратом потребителю уплаченных им средств допускается по требованию потребителя, если аналогичный товар отсутствует в продаже на день

<sup>1</sup> Директива охватывает услуги, договор о предоставлении которых заключен дистанционно.

<sup>2</sup> См., например: определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 16 июля 2013 г. № 18-КГ13-50; определение Конституционного Суда РФ от 26 ноября 2018 г. № 2993-О; апелляционные определения Московского городского суда от 24 января 2020 г. № 33-1417/2020 по делу № 2-4867/2019, от 12 февраля 2020 г. по делу № 33-5952/2020, от 30 ноября 2020 г. № 2-5323/2019, 33-35954/2020.

обращения потребителя к продавцу). Полномочие Правительства РФ в данном случае сводится к утверждению перечня товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену на аналогичный товар на основании ст. 25 Закона о защите прав потребителей, а полномочия утверждать перечень товаров, приобретенных по дистанционно заключенным договорам, от которых потребитель не вправе отказаться, у Правительства РФ согласно ст. 26<sup>1</sup> названного Закона нет.

Чтобы исключить ошибочное применение Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, к случаям реализации потребителем права на отказ на основании ст. 26<sup>1</sup> Закона о защите прав потребителей от дистанционно заключенного договора, в Правилах продажи товаров по договору розничной купли-продажи, утвержденных постановлением Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463, специально оговаривается возможность в этих случаях возврата определенных видов товаров, несмотря на то, что они фигурируют в названном Перечне, а именно возврата приобретенных дистанционно технически сложных товаров бытового назначения (п. 41 Правил), транспортных средств (п. 45 Правил), ювелирных изделий из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, а также сертифицированных ограниченных драгоценных камней надлежащего качества (п. 51 Правил).

Поскольку практика применения ст. 26<sup>1</sup> Закона о защите прав потребителей показывает потребность в определении конкретных категорий товаров, не подлежащих возврату в случае дистанционного способа заключения договора, помимо тех товаров, которые не отвечают условиям возврата, установленным в этой статье, в ней может быть предусмотрено полномочие Правительства РФ утвердить перечень соответствующих товаров, безусловно не подлежащих возврату.

8. Особые правила расторжения договора, заключенного дистанционным способом, которые предусмотрены в Директиве № 2011/83/ЕС, применяются и в отношении договоров, заключаемых вне служебного помещения продавца. Это определяется тем, что на заключение договора в таких условиях могут повлиять эффект неожиданности для потребителя, недостаток информации, психологическое давление на него. К таким договорам относятся и договоры, которые были заключены в служебном помещении продавца, однако сразу после получения потребителем соответствующего предложения от продавца в месте, не являющемся служебным помещением продавца (при условии физического присутствия обоих в момент получения потребителем предложения), а также договоры, заключенные во время экскурсии, организованной продавцом в целях продвижения и продажи потребителю товаров или услуг.

*§ 5. Совершенствование регулирования права потребителя на отказ от договора*

9. В отношении защиты права на отказ потребителя от договора о выполнении работ (об оказании услуг), на первый взгляд, пробела в правовом регулировании не возникает в связи с действием общих положений ст. 782 Гражданского кодекса РФ и ст. 32 Закона о защите прав потребителей о праве потребителя в любой момент отказаться от исполнения договора такого рода с уплатой исполнителю фактически понесенных им расходов по исполнению обязательства по такому договору. Однако детализации общего порядка осуществления потребителем права на отказ от исполнения договора о выполнении работ (об оказании услуг) в российском законодательстве (ст. 32 Закона о защите прав потребителей) нет, и соответственно реализация этого права при дистанционном порядке заключения договора, особенно в отношении цифрового контента, затруднена, и во всех случаях потребитель вынужден оплачивать фактически понесенные исполнителем расходы.

Директива № 2011/83/ЕС, напротив, как уже отмечалось, охватывает договоры об оказании услуг (понятие которых включает договоры о выполнении работ — см. п. 5 и 6 ст. 2), делая при этом изъятие для целого ряда договоров о выполнении работ (оказании услуг), урегулированных особо (ст. 3, 16).

Согласно Директиве № 2011/83/ЕС исполнение договора об оказании услуг, заключенного дистанционно или вне служебного помещения продавца, может быть начато только после того, как потребитель даст свое предварительное согласие на его исполнение, при этом осознавая, что теряет право на расторжение договора при полном его исполнении со стороны продавца в срок, установленный для осуществления потребителем права на отказ от договора (ст. 16). Аналогичное правило касается и продажи цифрового контента на нематериальных носителях. В случае нарушения продавцом (исполнителем) установленных обязанностей (неисполнения продавцом обязанности по предоставлению потребителю информации об условиях, сроке и (или) порядке реализации права на отказ от договора или об оплате продавцу (исполнителю) фактически понесенных расходов в случае выражения согласия на исполнение договора до истечения указанного срока, начала исполнения договора без явно выраженного запроса потребителя о его исполнении в течение срока, предусмотренного для расторжения договора потребителем) потребитель не обязан оплачивать фактическое исполнение услуги, произведенное продавцом (исполнителем).

С учетом указанного зарубежного опыта представляется целесообразным:

1) предусмотреть возможность использования типовой формы информирования потребителя о его праве на отказ от договора про-



дажи товара, заключенного дистанционным способом, и типовой формы отказа потребителя от такого договора, обязанность продавца проинформировать потребителя о возможности использования типовой формы отказа от договора;

2) увеличить период, в течение которого потребитель вправе беспричинно и без издержек отказаться от договора продажи товара, заключенного дистанционным способом, с семи до 14 дней со дня передачи ему товара;

3) дифференцировать начало течения указанного срока при различных вариантах доставки товара (нескольких товаров по одному заказу, доставки товаров партиями или частями, при регулярной доставке товаров в течение определенного периода);

4) установить срок для возврата товара потребителем в случае его отказа от договора, заключенного дистанционным способом;

5) исключить несение потребителем издержек по возврату уплаченных им денежных средств;

6) обусловить возврат продавцом потребителю денежной суммы получением товара от потребителя или предоставлением потребителем доказательств его отправки продавцу (в зависимости от того, что наступит раньше), за исключением случаев, когда продавец сам забирает товар;

7) определить перечень приобретенных дистанционно товаров, не подлежащих возврату, помимо товаров, не отвечающих условиям, установленным в абзацах третьем и четвертом п. 4 ст. 26<sup>1</sup> Закона о защите прав потребителей;

8) предусмотреть правила, регулирующие отказ потребителя от договора, заключенного вне служебного помещения продавца, аналогичные правилам, действующим в отношении договоров, заключенных дистанционным способом, с учетом нахождения потребителя в особых условиях при заключении договора вне служебного помещения продавца;

9) распространить на договоры о выполнении работ (об оказании услуг), заключенные дистанционным способом, положения о праве потребителя на отказ от договора продажи товара, заключенного дистанционным способом, и об обязанности продавца проинформировать потребителя о сроках, условиях и порядке отказа от договора. При этом следует предусмотреть, что исполнение договора о выполнении работ (оказании услуг) может быть начато в период, в течение которого потребитель вправе беспричинно отказаться от договора продажи, заключенного дистанционным способом, только после того, как потребитель даст свое предварительное согласие на исполнение договора, при этом осознавая, что теряет право на рас-



§ 5. Совершенствование регулирования права потребителя на отказ от договора

торжение договора в случае полного исполнения договора со стороны исполнителя; освободить потребителя от обязанности оплачивать фактически понесенные исполнителем расходы в том случае, если он не был проинформирован исполнителем об указанном порядке начала исполнения договора или если исполнение было начато без согласия потребителя в период, когда допускается его отказ от договора без материальных потерь для потребителя.

**Отказ потребителя от договора о финансовых услугах.** Договоры о финансовых услугах<sup>1</sup> составляют особо сложную для потребителя категорию договоров. Недостаток финансовой грамотности у потребителя облегчает манипулирование им в целях недобросовестного извлечения наживы профессиональным субъектом финансовой деятельности. Кроме того, эти договоры обычно финансово значимы для потребителя. Наконец, они, как правило, имеют долгосрочный характер. По этим причинам в государствах Евросоюза и нашей стране предусматриваются специальные положения, повышающие защиту потребителя при оказании ему финансовых услуг на основании кредитного договора (договора займа) или договора страхования.

Противодействие финансовому мисселингу (*mis-selling of financial products*) — недобросовестной продаже финансовых продуктов (предоставлению финансовых услуг) клиентам, которые не понимают условий сделок, — осуществляется с помощью разных методов. Один из защитных для потребителя механизмов предусматривают правила о периоде охлаждения, в течение которого потребитель может передумать и без издержек отказаться от договора о финансовых услугах.

В соответствии с Директивой Европейского парламента и Совета ЕС № 2002/83/ЕС от 5 ноября 2002 г. относительно страхования жизни<sup>2</sup> каждое государство — участник ЕС должно предусмотреть, чтобы страхователи, заключающие индивидуальный договор страхования жизни, имели период от 14 до 30 дней со времени, когда страхователь был проинформирован о заключении договора, чтобы расторгнуть его (ст. 35)<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> См.: Ефремова М.Д., Петрищев В.С., Румянцев С.А. и др. О понятии финансовых услуг // Защита прав потребителей финансовых услуг / отв. ред. Ю.Б. Фогельсон. М., 2010 (гл. 2).

<sup>2</sup> Directive 2002/83/EC of the European Parliament and of the Council of 5 November 2002 concerning life assurance. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32002L0083>

<sup>3</sup> За рядом исключений, в частности, для договоров сроком действия шесть месяцев и менее.

В отношении дистанционно заключаемых договоров о финансовых услугах в соответствии с Директивой Европейского парламента и Совета ЕС № 2002/65/ЕС от 23 сентября 2002 г. «О дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг и о внесении изменений в Директиву Совета № 90/619/ЕЭС и Директивы № 97/7/ЕС и 98/27/ЕС» период охлаждения составляет 14 календарных дней<sup>1</sup>, а для дистанционно заключаемых договоров страхования жизни, охватываемых Директивой № 90/619/ЕЭС от 8 ноября 1990 г.<sup>2</sup>, и личного пенсионного страхования — 30 календарных дней (ст. 6). Преддоговорная информация, предоставляемая потребителю, должна включать информацию о его праве на отказ от договора (ст. 3, 5 Директивы № 2002/65/ЕС). Отказаться от договора нельзя, если договор уже полностью исполнен обеими сторонами, но начать исполнять договор кредитор может лишь с согласия потребителя. В случае осуществления своего права на отказ от договора потребитель обязан в течение 30 дней с даты направления уведомления кредитору оплатить только реально оказанные ему услуги (ст. 7 указанной Директивы).

В дальнейшем в Директиве Европейского парламента и Совета ЕС № 2008/48/ЕС от 23 апреля 2008 г. о договорах потребительского кредитования и об отмене Директивы Совета ЕС № 87/102/ЕЭС<sup>3</sup> аналогичное право потребителя было установлено и для других договоров потребительского кредитования (ст. 14)<sup>4</sup>. При этом в стандартизированную форму, в которой преддоговорная информация предоставляется потребителю, включено указание на наличие или отсутствие у него права в течение 14 дней отказаться от кредита. В случае отказа от договора потребитель в течение 30 дней с даты уведомления кредитора об отказе от договора обязан вернуть сумму кредита и проценты за время пользования им.

---

<sup>1</sup> За определенными исключениями, предусмотренными в ст. 6 Директивы № 2002/65/ЕС.

<sup>2</sup> Council Directive 90/619/EEC of 8 November 1990 on the coordination of laws, regulations and administrative provisions relating to direct life assurance, laying down provisions to facilitate the effective exercise of freedom to provide services and amending Directive 79/267/EEC. URL:<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=cellex:31990L0619>

<sup>3</sup> Директива не применяется к ипотечному кредитованию, к договорам о кредитах, предоставляемых на приобретение недвижимости, к договорам кредитования на сумму менее 200 и более 75 000 евро, за исключением кредитования ремонта жилого помещения, при котором сумма кредита может быть выше, и в некоторых других случаях.

<sup>4</sup> Государства Евросоюза в части права потребителя на отказ от договора могут сделать исключение для договоров, которые должны удостоверяться согласно соответствующему национальному закону нотариально.

§ 5. Совершенствование регулирования права потребителя на отказ от договора

Как показала недавно проведенная оценка применения Директивы № 2008/48/ЕС за период ее действия<sup>1</sup>, она вполне успешно реализуется в части права потребителя на отказ от договора, потребители осведомлены о своем праве, но осуществляется оно значительно реже, чем право досрочного погашения кредита (за рамками периода охлаждения).

Российский Закон о потребительском кредите (займе) разрабатывался с учетом указанного регулирования и включает положения о праве заемщика в определенный срок отказаться от получения потребительского кредита (займа), а также досрочно его возратить (ст. 11). Так, в названном Законе установлено, что заемщик вправе:

– отказаться от получения потребительского кредита (займа) полностью или частично, уведомив об этом кредитора до истечения установленного договором срока его предоставления;

– в течение 14 календарных дней с даты получения потребительского кредита (займа) вернуть досрочно всю сумму потребительского кредита (займа) без предварительного уведомления кредитора с уплатой процентов за фактический срок кредитования;

– в течение 30 календарных дней с даты получения потребительского кредита (займа), предоставленного с условием использования заемщиком полученных средств на определенные цели, вернуть досрочно кредитору всю сумму потребительского кредита (займа) или ее часть без предварительного уведомления кредитора с уплатой процентов за фактический срок кредитования.

На первый взгляд отечественные правила сходны с правилами Директивы № 2008/48/ЕС, но в действительности они содержат существенные отличия. Принципиально важным является момент, с которого должен исчисляться период охлаждения.

Согласно ст. 14 Директивы № 2008/48/ЕС этот период начинает течь либо со дня заключения договора, либо со дня, когда потребитель получил условия договора и информацию, подлежащую включению в договор согласно ст. 10 Директивы, если этот день наступил позже, чем день заключения договора (особенности могут быть установлены в отношении связанного кредитного договора), тогда как по российскому закону период охлаждения исчисляется с даты получения потребительского кредита (займа). В рассматриваемой части российский подход, пожалуй, в большей мере отвечает интересам

<sup>1</sup> См.: Commission Staff Working Document Executive Summary of the Evaluation on Directive 2008/48/EC on Credit Agreement for Consumers (SWD/2020/255 final). Документ одобрен Европейской комиссией 5 ноября 2020 г. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020SC0255>

потребителя, поскольку период, в течение которого потребитель может отказаться от договора, при таком порядке отсчета начала его течения может оказаться несколько длиннее.

В то же время нормы об обязательном информировании заемщика о существовании у него права на отказ от договора и права на досрочное возвращение потребительского кредита (займа) путем включения этой информации в договор в Законе о потребительском кредите (займе) нет (в качестве информации общего характера, размещаемой в местах оказания услуги, указано только на сроки, в течение которых заемщик вправе отказаться от получения потребительского кредита (займа) — п. 13 ч. 4 ст. 5), что снижает уровень защиты прав несведущего заемщика.

В отношении определенных видов договоров добровольного страхования период охлаждения предусмотрен в указании Банка России от 20 ноября 2015 г. № 3854-У «О минимальных стандартных требованиях к условиям и порядку осуществления отдельных видов добровольного страхования» (в редакции указания Банка России от 21 августа 2017 г. № 4500-У). Страхователь вправе отказаться от договора в течение 14 календарных дней со дня его заключения независимо от момента уплаты страховой премии в случае отсутствия в этот период событий, имеющих признаки страхового случая (согласно первоначальной редакции указания периода охлаждения был короче: он составлял всего пять рабочих дней). Если отказ произошел в пределах 14-дневного срока до даты возникновения обязательств страховщика по заключенному договору (но до даты начала действия страхования), уплаченная страховая премия подлежит возврату страхователю в полном объеме. Если отказ в пределах 14-дневного срока произошел после даты начала действия страхования, страховщик вправе удержать часть страховой премии пропорционально сроку действия договора.

Страховщик может увеличить продолжительность периода охлаждения в правилах страхования или договоре. С одной стороны, казалось бы, ему это невыгодно, с другой — такое условие, введенное с учетом интересов страхователей, может повысить в их глазах привлекательность страховщика, если, конечно, у страхователя есть реальный выбор контрагента и он достаточно грамотен в сфере финансовых услуг.

В перспективе Банк России планирует увеличить период охлаждения по договорам накопительного страхования жизни с регулярными взносами до 1,5 месяцев, а при единовременном взносе — до 30 дней<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Носкова Е. Сдали полисы // Российская газета. 2021. 25 мая.

§ 5. Совершенствование регулирования права потребителя на отказ от договора

В дальнейшем на основании Федерального закона от 27 декабря 2019 г. № 483-ФЗ «О внесении изменений в статьи 7 и 11 Федерального закона "О потребительском кредите (займе)" и статью 9<sup>1</sup> Федерального закона "Об ипотеке (залоге недвижимости)"» в Законе о потребительском кредите (займе) были предусмотрены правила об отказе от договора добровольного личного страхования, направленного на обеспечение потребительского кредита (займа), страхователем по которому выступает заемщик, и об исключении заемщика из числа застрахованных лиц, когда страхователем является кредитор или третье лицо, действующее в интересах кредитора (договоры коллективного страхования)<sup>1</sup>.

На кредитора возложена обязанность предоставить заемщику информацию о его праве отказаться от услуги (совокупности услуг), в результате которой (которых) он становится застрахованным по договору личного страхования, в течение 14 календарных дней со дня выражения заемщиком согласия на оказание этой услуги (совокупности этих услуг) посредством подачи заемщиком кредитору или третьему лицу, действовавшему в интересах кредитора, заявления об исключении его из числа застрахованных лиц по договору личного страхования (ч. 2<sup>1</sup> ст. 7). Заемщику, если он лично является страхователем, при отсутствии событий, имеющих признаки страхового случая, предоставлено право отказаться от договора добровольного страхования в течение 14 календарных дней со дня его заключения, при этом страховщик обязан возратить заемщику уплаченную страховую премию в полном объеме в срок, не превышающий семи рабочих дней со дня получения письменного заявления заемщика об отказе от договора добровольного страхования (ч. 11 ст. 11).

Однако это может повлечь увеличение процентной ставки по договору потребительского кредита (займа), а увеличение ставки в этом случае на практике может быть значительным.

В 2021 г. реализована идея Банка России закрепить в Законе о потребительском кредите (займе) право заемщика отказаться от любой дополнительной услуги, оказываемой за отдельную плату кредитором или третьим лицом, в течение 14 календарных дней со дня выражения заемщиком согласия на ее оказание (ч. 2<sup>7</sup>–2<sup>15</sup> ст. 7)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> О проблеме возврата потребителю платы за подключение к договору коллективного страхования (программе страхования) при отказе потребителя от договора страхования см.: *Леднева Ю.В.* Споры о защите прав потребителей финансовых услуг, связанные с заключением договора страхования при предоставлении кредита // Комментарий судебной практики. Вып. 26 / отв. ред. К.Б. Ярошенко. М., 2020. С. 30–39.

<sup>2</sup> См.: Федеральный закон от 2 июля 2021 г. № 329-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)».

В итоге период охлаждения в сфере потребительского кредитования стал сквозным: он действует в отношении договора о потребительском кредите (займе), договора добровольного страхования и любых дополнительных услуг, которыми может сопровождаться предоставление потребительского кредита (займа).

Таким образом, российское законодательство неуклонно продвигается по пути повышения защиты прав потребителей финансовых услуг. Однако если положения, защищающие потребителя в отношениях по потребительскому кредитованию (займу) и связанным с ними «добровольному» страхованию, а также любым дополнительным услугам, закреплены в данный момент в федеральном законе — Законе о потребительском кредите (займе), то нормы ст. 958 ГК РФ, регулирующие досрочное прекращение договора страхования, не учитывают существования периода охлаждения<sup>1</sup>. Не отражены соответствующие правила и в Законе РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации». Это не способствует неукоснительному применению законодательства в части защиты прав потребителей финансовых услуг<sup>2</sup>.

## **§ 6. МОДЕРНИЗАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ЧАСТИ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **6.1. УНИФИКАЦИЯ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Закон о защите прав потребителей устанавливает общие нормы об ответственности продавца (изготовителя, исполнителя, уполномоченной организации или уполномоченного предпринимателя, импортера)<sup>3</sup> за нарушение прав потребителей. Согласно п. 1 ст. 13 продавец несет ответственность, предусмотренную законом или договором.

По общему правилу продавец обязан, во-первых, возместить потребителю убытки, которые последний понес вследствие нарушения

---

<sup>1</sup> Относительно этого недостатка ст. 958 ГК РФ см. п. 44 Концепции развития положений части второй Гражданского кодекса Российской Федерации о договоре страхования, одобренной решением Совета при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства от 25 сентября 2020 г. № 202/оп-1/2020.

<sup>2</sup> См., например: ГК мешает остыть к страховкам // Коммерсантъ. 2018. 26 июля.

<sup>3</sup> Далее в настоящем параграфе — продавец, если не использовано более конкретное обозначение профессионального участника оборота.

его прав, во-вторых, выплатить неустойку, установленную законом или договором. При этом убытки подлежат возмещению в полном объеме сверх неустойки (п. 2 ст. 13 Закона о защите прав потребителей). Кроме того, в п. 6 указанной статьи предусмотрено при удовлетворении судом требований потребителя возмещение в его пользу с продавца штрафа за то, что требования не были удовлетворены в добровольном порядке. Размер штрафа составляет 50% от суммы, присужденной судом в пользу потребителя. Суд взыскивает данный штраф независимо от того, было такое требование заявлено или нет (п. 46 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17).

Важно не смешивать указанные виды ответственности продавца с иными последствиями, которые предусматриваются Законом о защите прав потребителей на случай неисполнения продавцом своих обязательств. Так, право отказа потребителя от исполнения договора купли-продажи в случае обнаружения недостатков товара не является мерой ответственности продавца, хотя в данном случае имеет место ненадлежащее исполнение обязательств по договору розничной купли-продажи, а именно неисполнение обязательств в отношении качества товара (ст. 496 ГК РФ). Указанные действия потребителя представляют собой меру оперативного воздействия, которая применяется непосредственно управомоченным лицом к нарушителю без обращения в компетентные органы за защитой своих прав<sup>1</sup>. Равным образом не может считаться мерой ответственности замена продавцом товара ненадлежащего качества или устранение недостатков товара.

Эти меры, по сути, направлены на то, чтобы заставить продавца выполнить свои обязательства по договору купли-продажи надлежащим образом и не имеют, в отличие от мер гражданско-правовой ответственности, целью возникновение негативных последствий для нарушителя.

Закон о защите прав потребителей устанавливает ответственность продавца:

- за ненадлежащую информацию о товаре, работе или об услуге (ст. 12);
- за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара, работы или услуги (ст. 14);
- за иные убытки, причиненные потребителю вследствие продажи ему товара ненадлежащего качества (ст. 18);

<sup>1</sup> См.: Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. М.: Статут, 2001. С. 301.



– за нарушение сроков выполнения отдельных требований потребителя (ст. 23).

Кроме того, подлежит компенсации моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения продавцом прав потребителя (ст. 15 Закона о защите прав потребителей).

По общему правилу основанием наступления гражданско-правовой ответственности является вина причинителя вреда. Однако Закон о защите прав потребителей не связывает ответственность продавца с совершением им каких-либо виновных действий. Это коррелирует со ст. 401 ГК РФ, согласно которой лицо, не исполнившее или ненадлежащим образом исполнившее обязательство при осуществлении предпринимательской деятельности, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы, т.е. чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств. В юридической литературе более строгая ответственность лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность, объясняется тем, что такое лицо, в отличие от потребителя, обладает соответствующими профессиональными навыками, которые позволяют ему осуществлять более точное прогнозирование, принимать более рациональные решения и должным образом оценивать риски, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности<sup>1</sup>. Кроме того, указанный подход законодателя повышает уровень защиты прав потребителей, поскольку в случае защиты нарушенных прав на них не возлагается бремя доказывания вины продавца.

Основанием освобождения продавца от ответственности по общему правилу являются только обстоятельства непреодолимой силы (п. 4 ст. 13 Закона о защите прав потребителей). Кроме того, согласно ст. 1098 ГК РФ продавец освобождается от ответственности за вред, причиненный вследствие недостатков товара, работы или услуги, если доказано, что вред возник вследствие нарушения потребителем установленных правил пользования товаром, результатами работы, услуги или их хранения. Обязанность по доказыванию наличия указанных обстоятельств во всех случаях возлагается на продавца (п. 28 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17).

**Возмещение убытков, причиненных потребителю. Общие положения.** Возмещение убытков представляет собой одно из основных средств защиты нарушенных гражданских прав. Назначение данного инсти-

<sup>1</sup> См.: *Сарбаш С.В.* Элементарная догматика обязательств. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Статут, 2020. С. 373.

тута заключается в восстановлении такого имущественного положения участников гражданских правоотношений, которое имело бы место в случае, если бы возложенные на них обязанности были исполнены надлежащим образом<sup>1</sup>.

В соответствии с п. 2 ст. 15 ГК РФ убытки включают, во-первых, расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрату или повреждение его имущества (реальный ущерб), а во-вторых, неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

В соответствии с п. 1 ст. 15 ГК РФ лицо, право которого нарушено, может требовать полного возмещения причиненных ему убытков, если возмещение убытков в меньшем размере не предусматривается законом или договором. Таким образом, общим правилом является именно полное возмещение убытков, что отвечает принципу соразмерности ответственности причиненным убыткам<sup>2</sup>.

Полное возмещение убытков можно понимать в двух аспектах. Во-первых, исходя из п. 1 ст. 15 ГК РФ и п. 31 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17, потребитель вправе взыскать с продавца не только сумму реального ущерба, но и упущенную выгоду. Во-вторых, по смыслу разъяснений, данных в п. 11 и 12 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 июня 2015 г. № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации», убытки подлежат возмещению в размере, который был доказан, а если их точный размер невозможно установить, то таковой должен быть определен судом с учетом всех обстоятельств дела, исходя из принципов справедливости и соразмерности ответственности допущенному нарушению.

Закон о защите прав потребителей не содержит положений, ограничивающих размер ответственности продавца по требованиям потребителя о возмещении убытков. Из этого следует, что по общему правилу убытки должны быть возмещены потребителю в полном объеме. Как разъясняется в п. 31 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17, взыскание убытков в меньшем размере допускается только в случае, если закон устанавливает огра-

<sup>1</sup> См.: *Садиков О.Н.* Убытки в гражданском праве Российской Федерации. М.: Статут, 2009. С. 9.

<sup>2</sup> См.: *Брагинский М.И., Витрянский В.В.* Договорное право: общие положения. 4-е изд. М.: Статут, 2020. С. 616.

ниченный размер ответственности. Необходимо обратить внимание на то, что ГК РФ (п. 2 ст. 400) не допускает заключение соглашений об ограничении размера ответственности должника по договору, в котором кредитором является гражданин, выступающий в качестве потребителя. Следовательно, размер ответственности продавца может быть ограничен только законом.

**Ограничение размера возмещаемых убытков.** В настоящее время существует целый ряд специальных законов, устанавливающих ограничения размера ответственности лица, оказывающего услуги потребителю.

Наиболее ярким примером является ограничение ответственности перевозчика. Статья 796 ГК РФ ограничивает ответственность перевозчика за несохранность багажа в случае его утраты или недостачи размером стоимости утраченного или недостающего багажа либо размером объявленной стоимости, если багаж был сдан к перевозке с объявлением его ценности, а в случае его повреждения — размером суммы, на которую понизилась его стоимость, а при невозможности восстановления поврежденного багажа — размером его стоимости. Помимо этого, перевозчик обязан возратить отправителю (получателю) провозную плату, взысканную за перевозку утраченного, недостающего, испорченного или поврежденного багажа.

Как следует из ст. 793 ГК РФ, положения об ответственности перевозчика за несохранность багажа могут конкретизироваться специальными законами. Так, ст. 107 Устава железнодорожного транспорта Российской Федерации<sup>1</sup> ограничивает ответственность перевозчика за утрату багажа размером его стоимости или размером объявленной ценности, если ценность была объявлена. В соответствии со ст. 34 Устава автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта<sup>2</sup> перевозчик несет ответственность за ущерб, причиненный при перевозке багажа, в случае утраты багажа в размере его стоимости или объявленной стоимости, а в случае повреждения багажа — в размере суммы, на которую понизилась его стоимость, либо доли объявленной стоимости недостающей или поврежденной части багажа, если он был сдан с объявленной ценностью, а если поврежденный багаж не может быть восстановлен — в размере стоимости багажа или объявленной стоимости. Стоимость

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 10 января 2003 г. № 18-ФЗ «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации».

<sup>2</sup> Федеральный закон от 8 ноября 2007 г. № 259-ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта».

багажа определяется исходя из его цены, указанной в счете продавца или предусмотренной договором, а при отсутствии счета продавца или цены в договоре — исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары. Кроме того, ст. 107 Устава железнодорожного транспорта Российской Федерации и ст. 34 Устава автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта предусматривают обязанность перевозчика вернуть провозную плату, полученную за перевозку утраченного, недостающего или поврежденного багажа. Таким образом, в приведенных случаях ответственность перевозчика ограничивается его обязанностью возместить реальный ущерб.

Отдельно следует сказать об ответственности авиаперевозчика. Статья 119 Воздушного кодекса РФ ограничивает размер ответственности авиаперевозчика за утрату, недостачу или повреждение (порчу) багажа, груза, а также ручной клади: ущерб возмещается либо в размере объявленной ценности багажа, либо, если ценность не была объявлена, в размере их стоимости, но не более шестисот рублей за килограмм веса багажа. Таким образом, если ценность багажа не была объявлена, то размер возмещения чаще всего будет существенно меньше, чем понесенный потребителем реальный ущерб, что едва ли отвечает требованиям справедливости. Кроме того, если Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации и Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта предусматривают обязанность перевозчика вернуть провозную плату, полученную за перевозку утраченного, недостающего или поврежденного багажа, что согласуется с положениями ст. 796 ГК РФ, то Воздушный кодекс РФ такой меры ответственности перевозчика не предусматривает. Следовательно, Воздушный кодекс РФ в данной ситуации предоставляет пассажиру меньшие гарантии не только по сравнению с Законом о защите прав потребителей, но и по сравнению с иными специальными законами, регулируемыми перевозку.

Законом ограничена также ответственность операторов почтовой связи<sup>1</sup>. В соответствии со ст. 34 Федерального закона «О почтовой связи» убытки, причиненные при оказании услуг почтовой связи, возмещаются в следующих размерах:

— в случае утраты или порчи (повреждения) почтового отправления с объявленной ценностью — в размере объявленной ценности и суммы тарифной платы, за исключением тарифной платы за объявленную ценность;

<sup>1</sup> Под ними в Федеральном законе «О почтовой связи» понимаются организации почтовой связи и индивидуальные предприниматели, имеющие право на оказание услуг почтовой связи (ст. 2).

– в случае утраты или порчи (повреждения) части вложения почтового отправления с объявленной ценностью при его пересылке с описью вложения — в размере объявленной ценности недостающей или испорченной (поврежденной) части вложения, указанной отправителем в описи;

– в случае утраты или порчи (повреждения) части вложения почтового отправления с объявленной ценностью при его пересылке без описи вложения — в размере части объявленной ценности почтового отправления, определяемой пропорционально отношению массы недостающей или испорченной (поврежденной) части вложения к массе пересылавшегося вложения (без массы оболочки почтового отправления);

– в случае невыплаты (неосуществления) почтового перевода денежных средств — в размере суммы перевода и суммы тарифной платы;

– в случае утраты или порчи (повреждения) иных регистрируемых почтовых отправлений — в двукратном размере суммы тарифной платы, а в случае утраты или порчи (повреждения) части их вложения — в размере суммы тарифной платы.

С операторов почтовой связи не может быть взыскана упущенная выгода, но и реальный ущерб не всегда взыскивается в полном размере: положения ст. 34 Федерального закона «О почтовой связи» не предусматривают возмещение расходов, которые потребитель должен будет понести для восстановления своего нарушенного права.

Закон ограничивает также ответственность туроператоров<sup>1</sup>. Согласно ст. 17<sup>4</sup> Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» по договору страхования ответственности туроператора возмещению подлежит только реальный ущерб, причиненный туристу. Причем к реальному ущербу названный Закон относит только расходы туриста и (или) иного заказчика на оплату услуг по перевозке и (или) размещению по договору о реализации туристского продукта. Очевидно, что такое понимание реального ущерба является более узким, чем то, которое заложено в ст. 15 ГК РФ.

Такое несоответствие норм специальных законов нормам Закона о защите прав потребителей едва ли можно считать отвечающим интересам потребителей. Во-первых, ограничение ответственности

---

<sup>1</sup> Под ними в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ст. 1) понимаются юридические лица, осуществляющие деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта.

лиц, оказывающих услуги, и других профессиональных участников оборота не стимулирует последних надлежащим образом исполнять свои обязательства и стремиться к минимизации случаев, когда ответственность может для них наступить, что снижает общий уровень защищенности потребителя. Во-вторых, по сути, происходит переложение на потребителя части предпринимательского риска, что едва ли является оправданным. В связи с этим включение в Закон о защите прав потребителей положения, в силу которого нормы иных федеральных законов, устанавливающие меньшие гарантии прав потребителей, чем предусмотрено Законом о защите прав потребителей, не подлежат применению, представляется необходимой мерой для повышения уровня защиты прав потребителей в указанных случаях и недопущения ситуации, когда причиненный потребителю вред оказывается существенно недовозмещен. Разумеется, в дальнейшем положения специальных законов должны быть приведены в соответствие с Законом о защите прав потребителей.

Вместе с тем необходимо отметить, что в некоторых случаях ответственность лица, осуществляющего продажу товаров или оказание услуг, перед потребителем ограничивается не только национальным законодательством, но и международными договорами. Так, Конвенция для унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок, заключенная в г. Монреале 28 мая 1999 г.<sup>1</sup>, ограничивает размер ответственности перевозчика при осуществлении международных перевозок за вред, причиненный жизни и здоровью пассажира, а также за вред, причиненный багажу. Например, согласно п. 2 ст. 17 Монреальской конвенции перевозчик отвечает за вред, происшедший в случае уничтожения, утери или повреждения зарегистрированного багажа, только при условии, что случай, который явился причиной уничтожения, утери или повреждения багажа, произошел на борту воздушного судна или во время любого периода, в течение которого зарегистрированный багаж находился под охраной перевозчика. В отношении же незарегистрированного багажа перевозчик несет ответственность только в случае, если вред причинен по его вине или по вине его служащих или агентов.

Кроме того, ограничивается размер ответственности за вред, причиненный в случае уничтожения, утери или повреждения багажа: сумма возмещения ограничивается 1000 специальных прав заимст-

---

<sup>1</sup> Российская Федерация присоединилась к названной Конвенции на основании Федерального закона от 3 апреля 2017 г. № 52-ФЗ.

ования (СПЗ)<sup>1</sup> в отношении каждого пассажира. Исключение установлено для случая, когда багаж был зарегистрирован, пассажир сделал в момент его передачи перевозчику особое заявление о заинтересованности в доставке и уплатил дополнительный сбор, если это необходимо. В таком случае перевозчик обязан уплатить сумму, не превышающую объявленную сумму, если только он не докажет, что указанная сумма превышает действительную заинтересованность пассажира в доставке.

В приведенных ситуациях, если к воздушной перевозке подлежит применению Монреальская конвенция<sup>2</sup>, в силу ч. 4 ст. 15 Конституции РФ необходимо руководствоваться правилами, установленными данным международным договором Российской Федерации.

**Ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара.** В соответствии с п. 1 ст. 14 Закона о защите прав потребителей вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара, работы или услуги, подлежит возмещению в полном объеме.

По общему правилу возмещению подлежит только тот вред, который был причинен жизни, здоровью или имуществу потребителя в течение срока службы или срока годности товара или результата работы (п. 3 ст. 14 Закона о защите прав потребителей). Вместе с тем из этого правила установлены исключения.

Во-первых, если в отношении товара (результата работы) должен быть установлен срок службы или срок годности, однако он не был установлен, либо если потребителю не была предоставлена полная и достоверная информация о сроке службы или сроке годности, либо потребитель не был проинформирован о необходимых действиях по истечении срока службы или срока годности и возможных последствиях при невыполнении указанных действий, либо товар или результат работы по истечении этих сроков представляет опасность для жизни и здоровья, вред подлежит возмещению независимо от времени его причинения (п. 4 ст. 14 Закона о защите прав потребителей).

Во-вторых, если изготовитель или исполнитель не установил срок службы на товар или результат работы, в отношении которого он

<sup>1</sup> По состоянию на 31 октября 2019 г. стоимость 1 специального права заимствования составляет 1,37 долл. США. См.: Информация Росавиации «Пересмотр пределов ответственности согласно Монреальской конвенции 1999 года» [Электронный ресурс]. URL: <https://favt.gov.ru>.

<sup>2</sup> Сфера ее применения определяется в п. 1 и 2 ст. 1.



вправе, но не обязан установить срок службы, вред подлежит возмещению в случае его причинения в течение десяти лет со дня передачи товара либо результата работы потребителю, а если день передачи установить невозможно — с даты изготовления товара либо окончания выполнения работы (п. 5 ст. 14 Закона о защите прав потребителей).

Изготовитель (исполнитель, продавец) освобождается от ответственности только в том случае, если докажет, что вред причинен вследствие непреодолимой силы или нарушения потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара (работы, услуги).

Столь серьезное ограничение числа случаев освобождения продавца от ответственности за причинение вреда обеспечивает высокий уровень защиты потребителя, что является безусловным достоинством отечественного законодательства. Законодательство ряда зарубежных стран может предусматривать более широкий круг оснований освобождения продавца от ответственности. Например, в соответствии со ст. 1245-10 Гражданского кодекса Франции производитель не несет ответственности за причиненный вред, если докажет, что продукт не был введен им в обращение, либо что недостаток, вызвавший ущерб, не существовал в момент, когда продукт был введен им в обращение, и что данный недостаток возник позднее, либо что продукт не был предназначен для продажи или иной формы распространения, либо что состояние научно-технических знаний на момент ввода продукта в обращение не позволило выявить наличие недостатков, либо что недостатки обусловлены соответствием продукта императивным законодательным нормам.

Следует также обратить внимание на то, что в ряде зарубежных правопорядков ответственность изготовителя товара за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, наступает независимо от того, состоял он в договорных отношениях с потребителем или нет<sup>3</sup>. Аналогичное положение содержится в п. 2 ст. 14 Закона о защите прав потребителей, в соответствии с которым право требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), признается за любым потерпевшим независимо от того, состоял он в договорных отношениях с продавцом или исполнителем или нет.

В п. 35 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17 разъясняется, что вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, возмещается независимо от вины. Та-

<sup>3</sup> См.: Meritas guide to defective products: Litigation in EMEA. P. 5, 40 [Electronic resource]. URL: [http://docs.meritas.org/Public\\_Resources/DefectiveProductsLitigationEMEA.pdf](http://docs.meritas.org/Public_Resources/DefectiveProductsLitigationEMEA.pdf).

кой подход к ответственности за вред, причиненный недостатками товара (работы, услуги), соответствует концепции безусловной ответственности производителя (продавца и др.) за вред, причиненный товаром (работой, услугой), поддерживаемой Конференцией ООН по торговле и развитию (UNCTAD)<sup>1</sup>.

Таким образом, доказывать вину продавца (изготовителя) товара или исполнителя работы (услуги) в причинении вреда потребитель не обязан. Как разъяснено в п. 11 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26 января 2010 г. № 1 «О применении судами гражданского законодательства, регулирующего отношения по обязательствам вследствие причинения вреда жизни или здоровью гражданина», потерпевший представляет доказательства, подтверждающие факт увечья или иного повреждения здоровья (например, факт причинения вреда в результате дорожно-транспортного происшествия с участием ответчика), размер причиненного вреда, а также доказательства того, что ответчик является причинителем вреда или лицом, в силу закона обязанным возместить вред. Аналогично распределяется бремя доказывания при предъявлении требований о возмещении вреда, причиненного имуществу.

Наряду с этим необходимо учитывать, что помимо факта нарушения ответчиком прав потребителя и факта причинения ему вреда потребителю необходимо также доказать наличие причинно-следственной связи между недостатками товара (работы, услуги) и наступившим вредом<sup>2</sup>. Такой подход к распределению бремени доказывания по спорам, связанным с возмещением вреда, причиненного жизни, здоровью или имуществу потребителя, отвечает подходам, сложившимся в европейских правовых системах. Например, ст. 1245-8 Гражданского кодекса Франции предусматривает, что истец должен доказать ущерб, дефект товара (работы или услуги) и причинно-следственную связь между дефектом и причиненным ущербом.

В целом следует сделать вывод, что отечественное законодательство обеспечивает достаточно высокий уровень защиты прав потребителей в случае причинения вреда их жизни, здоровью или имуществу продавцом.

**Компенсация морального вреда, причиненного потребителю.** В соответствии со ст. 15 Закона о защите прав потребителей моральный

---

<sup>1</sup> См. Руководство по защите прав потребителей. 2018 г. С. 83.

<sup>2</sup> См. п. 7 Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 4 (2018) (утв. Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 26 декабря 2018 г.).

вред, причиненный потребителю продавцом вследствие нарушения его прав, подлежит компенсации причинителем вреда.

В отличие от ответственности за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, в данном случае ответственность возлагается на продавца только при наличии вины. При этом потребитель не обязан доказывать ни факт причинения ему нравственных страданий, ни вину причинителя. В соответствии с п. 45 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17 достаточным условием для удовлетворения иска является установленный факт нарушения прав потребителя. Размер компенсации морального вреда определяется судом независимо от размера возмещения имущественного вреда, в связи с чем размер денежной компенсации, взыскиваемой в возмещение морального вреда, не может быть поставлен в зависимость от стоимости товара (работы, услуги) или суммы подлежащей взысканию неустойки.

ГК РФ (ст. 151, 1101) определяет ряд обстоятельств, которые должны приниматься судами во внимание при определении размера компенсации морального вреда: это степень вины причинителя вреда, а также характер и степень физических и нравственных страданий, которые должны оцениваться с учетом фактических обстоятельств, при которых был причинен моральный вред, а также индивидуальных особенностей потерпевшего. Кроме того, судом могут быть приняты во внимание иные обстоятельства, заслуживающие внимания (ст. 151 ГК РФ). При определении размера компенсации морального вреда в соответствии со ст. 1101 ГК РФ суд должен руководствоваться требованиями разумности и справедливости.

Представляется, что положения действующего российского законодательства способны обеспечить должный уровень гарантий прав потребителей в данной сфере. Проблемы же, возникающие в практике разрешения споров о компенсации морального вреда потребителю, связаны, как правило, с крайне низким размером присуждаемой компенсации: не более 10 тыс. руб., а зачастую гораздо меньше<sup>1</sup>, что далеко не всегда представляется справедливым.

В юридической литературе отмечается, что целью компенсации морального вреда является «сглаживание негативного воздействия на психику потерпевшего перенесенных в связи с правонарушением

<sup>1</sup> См., например: Апелляционные определения Московского городского суда от 18 марта 2020 г. № 33-8884/2020 по делу № 2-7631/2019; от 30 апреля 2020 г. по делу № 33-16557/2020; от 30 апреля 2020 г. по делу № 33-16552/2020; от 30 апреля 2020 г. по делу № 33-16547/2020; от 12 мая 2020 г. по делу № 33-14288/2020.

страданий»<sup>1</sup>. Разумеется, деньги, уплаченные в качестве компенсации морального вреда, не способны сами по себе оказать воздействие на психику потерпевшего и избавить его от негативных переживаний. Однако деньги являются универсальным имущественным эквивалентом, позволяющим потерпевшему приобрести те или иные блага, которые необходимы ему в данной ситуации и пользование которыми способно дать ему положительные эмоции и, таким образом, так или иначе загладить последствия причиненной моральной травмы.

В связи с этим представляется, что компенсация морального вреда не должна носить символического характера, а должна обеспечивать реальную возможность для потерпевшего приобрести те или иные необходимые ему блага. Данное соображение вытекает именно из требования закона руководствоваться при определении размера компенсации морального вреда соображениями разумности и справедливости.

Между тем на основании указанных выше судебных актов в пользу потребителей была взыскана компенсация морального вреда в размере 500 или 1000 руб., при этом развернутые обоснования столь малого размера суммы компенсации морального вреда в судебных актах не приводятся. Подобный подход к определению размера компенсации морального вреда не только оставляет недокомпенсированным тот моральный вред, который причинен потребителю, но и стимулирует правонарушителя в дальнейшем ответственно подходить к исполнению своих обязанностей и уважать права потребителей. Представляется необходимым изменить подход судебных органов к определению размера компенсации морального вреда в сторону всесторонней оценки обстоятельств дела, а также развернутого и аргументированного обоснования размеров присуждаемой компенсации морального вреда.

## **6.2. ЗАКОННАЯ НЕУСТОЙКА КАК МЕРА ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ВОПРОСЫ ГАРМОНИЗАЦИИ И ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

Традиционно в российской правовой доктрине, законодательстве, правоприменительной практике неустойка рассматривается как мера обеспечения надлежащего исполнения обязательств (§ 2 гл. 23 ГК РФ), гарантия компенсации кредитору на случай нарушения обязательства должником, превенция нарушений обязательств. В силу прямого указания закона неустойка выступает одновременно

---

<sup>1</sup> Эрделевский А.М. Компенсация морального вреда // Хозяйство и право. Приложение к № 1. 2014. С. 30.

и как способ обеспечения выполнения обязательства (п. 1 ст. 329 ГК РФ), и как мера ответственности за его несоблюдение (ст. 330 ГК РФ). Начисление неустойки по критериям, определенным законом или договором, не является безусловным и устойчивым по причине действия особого механизма и полномочий суда на снижение взыскиваемой неустойки (ст. 333 ГК РФ). Судебная практика по спорам о взыскании неустойки ориентирована, прежде всего, на охрану интересов должника, действия которого привели к взысканию неустойки. Тем самым создаются благоприятные условия для пренебрежения надлежащим исполнением обязательств при зачастую неэквивалентном размере законной неустойки. Соответственно возникает риск недостижения искомого экономического эффекта регулированием законной неустойки по российскому праву.

Понятие и сфера юридической идентификации законной неустойки требуют некоторых уточнений, значимых и для сферы потребительских правоотношений. Изначально идея законной неустойки предполагала ее установление только отдельными федеральными законами. Впоследствии этот подход был уточнен Верховным Судом РФ (решение от 17 ноября 2009 г. № ГКПИ09-1381), признавшим законным определение размера неустойки в п. 75 Правил оказания услуг связи по передаче данных, утвержденных постановлением Правительства РФ от 23 января 2006 г. № 32, поскольку они были приняты в рамках реализации Правительством РФ предоставленных федеральным законом полномочий по регулированию отдельных сфер экономических отношений. Такой подход основан на п. 4 ст. 426 ГК РФ, предусматривающем право Правительства РФ и уполномоченных им федеральных органов исполнительной власти издавать обязательные при заключении и исполнении публичных договоров правила.

Таким образом, в российском праве законная неустойка может быть установлена не только в федеральных законах, но и на подзаконном уровне.

На текущий момент российское гражданское законодательство не полностью и нечетко проводит различия между мерами защиты гражданских прав и гражданско-правовой ответственности, гражданско-правовыми санкциями и средствами компенсаций: убытками, неустойкой, штрафом, потерями, объединенными гл. 25 ГК РФ «Ответственность за нарушение обязательств». В ряде случаев законодатель допускает отождествление пени и неустойки. Приведенные положения закона требуют совершенствования применительно как к предпринимательским отношениям, так и к правоотношениям с участием потребителей.

Несмотря на прямое указание закона, исключающее необходимость доказывания убытков при взыскании неустойки (п. 1 ст. 330 ГК РФ), сложившаяся судебно-арбитражная практика исходит из причинно-следственной связи и предопределенности наличия убытков начислению и взысканию неустойки. Получается, что в споре о взыскании неустойки недоказанность убытков будет означать отсутствие законного интереса взыскателя-кредитора как необходимого объекта правовой охраны. В результате происходит смешение двух связанных, но самостоятельных институтов права — неустойки и убытков и, как следствие, ослабевание действия компенсаторно-восстановительной функции гражданского права при разнообразии гражданских правоотношений и объективной необходимости профилактики правонарушений, восстановлении имущественных интересов правообладателей.

**Законная неустойка в отдельных сферах регулирования экономических отношений с участием потребителей.** Общие нормы российского гражданского законодательства о неустойке (ст. 330–333 ГК РФ) не устанавливают специальных режимов ее применения в предпринимательских и потребительских правоотношениях. Российский закон при определении нормативного режима законной неустойки ограничивается общими указаниями о праве кредитора взыскать законную неустойку с неисправного должника даже при отсутствии имплементации соответствующей нормы в условиях договора (ст. 332 ГК РФ). Однако, как представляется, отличия законной и договорной неустойки проистекают из правовой природы назначения законной неустойки в гражданском обороте и не поглощаются формальными основаниями возникновения соответствующих притязаний кредитора из закона или договора.

В специальных нормах закона, регламентирующих имущественные права потребителя в отдельных сегментах экономических отношений (транспортные обязательства, туризм, купля-продажа и др.), установлены отдельные и нескоординированные правила, определяющие основания взыскания и расчет законной неустойки. Общим признаком является только цель, но не механизм применения и объем законной неустойки, полагающейся потребителю как слабой стороне договора при нарушении требований закона, его прав и интересов профессиональным участником оборота.

Установленные законом при регламентации потребительских правоотношений неустойки могут рассматриваться как наиболее явный пример законных неустоек, хотя состояние правового регулирования в этой сфере требует конкретизации и гармонизации с

учетом принципа приоритета всесторонней защиты интересов потребителей, профилактики правонарушений, экономической обоснованности и эффективности регламентируемых законом средств защиты, в том числе законной неустойки. Общим недостатком регулирования законной неустойки в российском праве в потребительских правоотношениях является разобщенность размеров ее начисления применительно к отдельным сферам правового регулирования и отсутствие связи с экономическим интересом кредитора и объективными последствиями учиненного правонарушения. Для подтверждения сделанного вывода требуется обратиться к описанию положений отдельных законов.

1. В п. 1 ст. 23 Закона о защите прав потребителей определена законная неустойка в размере 1% от цены товара в случае нарушения сроков устранения недостатков товара, замены товара ненадлежащего качества, сроков удовлетворения отдельных требований покупателя. Конституционный смысл нормы состоит в побуждении профессионального участника оборота к исполнению возложенных на него обязанностей в интересах наименее защищенной в информационном, имущественном плане стороны обязательства — потребителя (определение Конституционного Суда РФ от 22 апреля 2004 г. № 154-О).

Судебная практика дает приведенной норме ограничительное толкование, считая, что на требования потребителя из обязательств об оказании услуг данные гарантии не распространяются, поскольку в этом случае в правоотношения по приобретению товара стороны не вступали (апелляционное определение Московского городского суда от 6 августа 2015 г. № 33-27644/15). Между тем закрепление такой позиции правоприменительной практики приводит к снижению социальных гарантий на получение квалифицированной медицинской помощи при оказании некачественных медицинских услуг. Исключение обязательств по оказанию услуг из товарных отношений, как и неотнесение услуги к товару представляются неочевидным решением, нарушающим права и гарантии законных интересов потребителя.

Аналогичные возражения вызывает судебная позиция, согласно которой продавец не несет ответственности в виде неустойки, если предпринял все необходимые меры для удовлетворения претензии потребителя (апелляционное определение Судебной коллегии по гражданским делам Краснодарского краевого суда от 20 августа 2019 г. по делу № 33-25427/2019), поскольку принятие всех разумных и возможных мер не является достаточным основанием освобождения от уплаты законной неустойки при наличии оснований к ее



уплате. Исключением может быть признана ситуация, при которой потребителем заявлены требования, не основанные на законе, тогда начисление неустойки действительно не имеет правовых оснований. С учетом этого уточнения представляется верной позиция о неприменении ст. 23 Закона о защите прав потребителей, если обязательство по возврату денежных средств возникло в силу отказа потребителя от договора, не связанного с его неисполнением или ненадлежащим исполнением (апелляционное определение Судебной коллегии по гражданским делам Новосибирского областного суда от 1 октября 2019 г. по делу № 33-9821/2019).

Как следует из руководящих разъяснений высшей судебной инстанции (п. 32 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17), неустойка (пеня) в размере, установленном ст. 23 Закона, взыскивается за каждый день просрочки указанных в ст. 20–22 Закона сроков устранения недостатков товара и замены товара с недостатками, соразмерного уменьшения покупной цены товара, возмещения расходов на исправление недостатков товара потребителем, возврата уплаченной за товар денежной суммы, возмещения причиненных потребителю убытков вследствие продажи товара ненадлежащего качества либо предоставления ненадлежащей информации о товаре, а также за каждый день задержки выполнения требования потребителя о предоставлении на время ремонта либо до замены товара с недостатками товара длительного пользования, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, впредь до выдачи потребителю товара из ремонта или его замены либо до предоставления во временное пользование товара длительного пользования, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, без ограничения какой-либо суммой.

Вместе с тем текущая судебная практика приходит к выводу, что размер неустойки за просрочку выполнения требования потребителя о возврате уплаченной за товар денежной суммы ограничен стоимостью товара<sup>1</sup>, что само по себе препятствует рассмотрению требований потребителя о взыскании неустойки в контексте конструкции длящегося денежного обязательства, одновременно снижая заложенные в законе гарантии потребителя и стандарты поведения предпринимателя-профессионала.

---

<sup>1</sup> См., например: апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Санкт-Петербургского городского суда от 23 ноября 2017 г. по делу № 33-22620/2017; апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Архангельского областного суда от 9 августа 2018 г. по делу № 33-5173/2018; апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Забайкальского краевого суда от 13 сентября 2018 г. по делу № 33-3003/2018.

Применительно к обязательствам из выполнения работ и оказания услуг Закон о защите прав потребителей устанавливает неустойку (пени) в размере 3% от стоимости соответствующей работы/услуги (п. 5 ст. 28). Приведенный размер ответственности также не является обоснованным с экономической точки зрения, не отвечая нарушенным интересам потребителя.

2. Применительно к правоотношениям по долевому строительству Федеральный закон «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» предусматривает специальные меры ответственности за нарушение сроков передачи объекта (двойной размер 1/300 ставки рефинансирования за каждый день просрочки), нарушение сроков устранения недостатков застройщиком (1% от стоимости расходов, необходимых для устранения недостатка за день просрочки — п. 8 ст. 7).

При этом судебной практикой выработано две позиции:

1) ответственность застройщика за нарушение сроков сдачи объекта долевого строительства не регулируется нормами Закона о защите прав потребителей, поскольку отношения дольщика и застройщика урегулированы специальным законом, которым установлены специальные меры ответственности<sup>1</sup>;

2) в случае применения к застройщику меры ответственности в виде взыскания неустойки, предусмотренной ст. 23 Закона о защите прав потребителей, ее размер определяется исходя из стоимости устранения недостатков, а не полной цены договора<sup>2</sup>.

Вместе с тем возникают практические сложности и сомнения в обоснованности ценовой дифференциации стоимости объекта и работ, связанных с его доведением до надлежащего состояния при ненадлежащем выполнении застройщиком его договорных обязательств, ведь разделение приведенных стоимостей не удовлетворяет интересы потребителя, желающего получить объект строительства в надлежащем виде и сроки, какие были изначально установлены договором, и в то же время полностью отвечает интересам застройщика, оказавшегося в просрочке, далее тем самым стимулируя ненадлежащее исполнение обязательств в обороте.

---

<sup>1</sup> См., например: апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Санкт-Петербургского городского суда от 1 августа 2017 г. по делу № 33-15349/2017.

<sup>2</sup> См., например: апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Кемеровского областного суда от 24 декабря 2019 г. по делу № 33-13542/2019.

3. В сфере транспортных обязательств при нарушении перевозчиком сроков исполнения обязательств по перевозке граждан законодатель устанавливает различный размер неустойки с закреплением ограничения порога ее максимального начисления — не свыше стоимости провозной платы: 25% минимального размера оплаты труда в воздушных перевозках за час просрочки — ст. 120 Воздушного кодекса РФ; 3% от стоимости билета за час просрочки в перевозке железнодорожным транспортом — ст. 110 Устава железнодорожного транспорта РФ; 3% за каждый час просрочки при нарушении срока перевозки автомобильным транспортом — п. 13 ст. 134 Устава автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта.

Установленный законом размер неустойки не покрывает законного интереса гражданина, который в связи с задержкой срока перевозки вынужден не только принимать на себя все риски, связанные с изменениями в правоотношении с перевозчиком срока перевозки, но и претерпевать негативные последствия, связанные с такой задержкой, в том числе находясь в правоотношениях с третьими лицами и имея перед ними обязательства. Установленные законом ограничения начисления неустойки стоимостью проезда не являются экономически обоснованными и не мотивируют перевозчика к стремлению соблюдать сроки перевозки. Расчет неустойки в привязке к процентам от минимального размера оплаты труда или стоимости билета изначально не может компенсировать пассажиру-потребителю неудобства и возможный вред от срывов срока перевозки.

Возможность взыскания убытков в части, не покрытой неустойкой, по этой категории споров неоднозначна, что только ухудшает гарантии прав и интересов потребителей. По умолчанию закона и сложившимся судебно-правовым позициям неустойки в транспортных обязательствах, начисленные за нарушение сроков как перевозки, так и доставки багажа и груза, рассматриваются как исключительные, хотя на этот счет в законе не содержится прямого указания. Напротив, казалось бы, общий подход правоприменительной практики основывается на том, что неустойка считается зачетной, т.е. предполагается возможность взыскания убытков в части, не покрытой неустойкой. Для того чтобы неустойка была признана исключительной, это должно однозначно явствовать из договора (постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 30 августа 2016 г. по делу № А32-43331/2015). Вместе с тем отнесение штрафных санкций, указанных в перечисленных выше нормах транспортного законодательства, именно к исключительной неустойке производится на основе сложившейся судебной практики (постанов-

ление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 25 октября 2016 г. по делу № Ф03-4840/2016), так как сами формулировки соответствующих положений законодательства не содержат однозначных указаний о недопустимости взыскания при этом и убытков. Соответственно экономическая адекватность расчета законной неустойки должна быть predetermined интересами потребителей и профилактикой возможных правонарушений, что не прослеживается в приведенных нормах закона и сложившихся подходах правоприменительной практики.

4. Надлежащее исполнение обязательств в сфере связи обеспечено в том числе положениями о законной неустойке. Федеральный закон «О почтовой связи» устанавливает ответственность операторов почтовой связи в виде законной неустойки в размере 3% от цены услуги по пересылке за каждый день просрочки в случае нарушения контрольных сроков пересылки почтовых отправлений и осуществления почтовых переводов денежных средств для личных (бытовых) нужд граждан.

Избранные законодателем критерии расчета законной неустойки привязаны непосредственно к цене почтовой услуги, но не к ее экономической оценке, хотя именно с ней следует связывать причиненный потребителю вред и следующие из этого притязания. Кроме того, непосредственно в законе устанавливается и максимальный размер расчета неустойки независимо от периода просрочки, допущенной оператором почтовой связи, — не более чем стоимость оплаченной услуги (ст. 34 названного Закона), что не может способствовать повышению договорной дисциплины в обязательствах услуг связи и не отвечает интересам потребителей.

5. В сфере туристской деятельности Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» содержит бланкетную норму о том, что нарушение российского законодательства о туристской деятельности влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации (ст. 20), не устанавливая в специальных нормах законных неустоек за нарушение прав потребителей при ненадлежащем исполнении обязательств со стороны туроператора. Установление специальных законных неустоек призвано наиболее полно обеспечить интересы потребителей на случай возможных правонарушений.

6. В страховых правоотношениях законодательством устанавливаются законные неустойки в размере:

— применительно к правоотношениям по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств: 1% от размера страхового возмещения по виду причиненно-

го вреда за каждый день просрочки за несоблюдение срока осуществления страховой выплаты или срока выдачи направления на ремонт транспортного средства; 0,5% от суммы страхового возмещения за каждый день просрочки, но не более суммы возмещения за нарушение срока проведения восстановительного ремонта поврежденного транспортного средства или срока, согласованного страховщиком и потерпевшим и превышающего срок проведения восстановительного ремонта поврежденного транспортного средства; 1% от страховой премии по договору обязательного страхования за каждый день просрочки, но не более размера страховой премии по договору за несоблюдение срока возврата страховой премии (Федеральный закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств»);

– применительно к правоотношениям по страхованию гражданской ответственности по перевозкам: 1% от несвоевременно выплаченной суммы страхового возмещения за каждый день просрочки за несоблюдение срока осуществления выплаты страхового возмещения; 1% от несвоевременно выплаченной суммы компенсации за каждый день просрочки за несоблюдение срока осуществления выплаты компенсации в счет возмещения вреда жизни, здоровью, имуществу пассажиров, причиненного юридическим лицом, осуществляющим перевозки пассажиров метрополитеном (Федеральный закон от 14 июня 2012 г. № 67-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности перевозчика за причинение вреда жизни, здоровью, имуществу пассажиров и о порядке возмещения такого вреда, причиненного при перевозках пассажиров метрополитеном»).

Расчет и размер взыскиваемых неустоек не связаны с экономическим бременем и издержками, которые вынужден претерпевать потребитель при нарушении страховщиком его обязательств при очевидном нарушении баланса имущественных интересов потребителя и страховщика.

8. Законная неустойка в размере 1/300 ставки рефинансирования в потребительских правоотношениях. Ряд положений законодательства не учитывает, что 1 января 2016 г. для расчета штрафов и пеней применение ставки рефинансирования заменено учетной ставкой Банка России: потребитель должен уплатить неустойку в размере 1/130 ставки рефинансирования от просроченной задолженности за каждый день просрочки (абз. 2 ст. 25 Федерального закона от 31 марта 1999 г. № 69-ФЗ «О газоснабжении в Российской Федерации»); при нарушении платы по договору долевого участия дольщику начисляются пени в размере 1/300 ставки рефинансирования от суммы такого платежа за каждый день просрочки (п. 6 ст. 5 Федерального

закона «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации»); при нарушении сроков установки приборов учета энергоресурсов энергоснабжающей организацией уплачиваются пени в размере 1/300 ставки рефинансирования от цены оказания услуг, но не более стоимости такой услуги (п. 9 ст. 13 Федерального закона от 23 ноября 2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»).

**Экономический смысл, эффективность законной неустойки.** В юридической литературе при комментировании норм законодательства, поиске отличительных черт действия механизма неустойки в гражданском обороте сложились представления о неустойке как о предварительном расчете убытков, полагающихся кредитору, которые впоследствии были развиты и составили компенсационную теорию неустойки. Однако она не только стирает различия между институтами убытков и неустойки, но и не учитывает ограниченных субъективных возможностей при расчете будущих убытков на этапе заключения договора, а при законной неустойке создает презумпцию, что каждый адресат общей нормы о законной неустойке несет убытки только в определенном ею размере. В результате создается ложное представление об обязательном наличии убытков как предтечи неустойки, а ее расчет устанавливается не математически, а требует подтверждения и доказывания, как это характерно для споров об убытках, что бесосновательно видоизменяет не только материально-правовое содержание неустойки, но и усложняет процессуальные требования к ее обоснованию и доказыванию.

**Снижение законной неустойки.** При разрешении конкретного спора суд наделен полномочиями по снижению неустойки при установлении достаточных оснований к этому, независимо от договорного или законного основания ее взыскания (ст. 333 ГК РФ), хотя разность смыслов обязательств по оплате неустойки в этих случаях не может быть незамеченной: законная неустойка в твердой сумме или рассчитанная в установленном законом порядке ее исчисления устанавливает ясные и единообразные имущественные последствия для кредитора и должника на случай нарушения обязательства, презюмируемые неизменными и единообразными, потребность же в снижении договорной неустойки обусловлена необходимостью обеспечения справедливого судебного контроля за свободным волеизъявлением сторон на стадии формулировки договорных условий о гражданско-правовой ответственности.

В руководящих разъяснениях высшей судебной инстанции прямо указывается, что как на законную, так и на договорную неустойку распространяются положения ст. 333 ГК РФ (п. 78 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24 марта 2016 г. № 7 «О применении судами некоторых положений Гражданского кодекса Российской Федерации об ответственности за нарушение обязательств»). Причем в отдельных материалах правоприменительной практики прямо указывается на то, что положения ст. 333 ГК РФ не содержат норм, ограничивающих полномочия суда в части уменьшения законной неустойки (постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 15 февраля 2017 г. по делу № А12-61635/2016).

Статья 332 ГК РФ ограничивается только общими указаниями о законной неустойке, согласно которым, во-первых, положения о такой неустойке не требуют имплементации в заключаемый договор, во-вторых, соглашением сторон может быть только увеличен, но не снижен ее размер.

Полномочия суда по снижению неустойки проистекают из функций судебного контроля, справедливости правосудия. Однако требуется учитывать, что экономический смысл неустойки состоит в возложении на правонарушителя дополнительного имущественного бремени и расходов, которые в любом случае должны превысить потенциально возможный доход и иные экономические выгоды от правонарушения. Во всех случаях снижение неустойки должно рассматриваться как исключительный случай, требующий должного обоснования в принимаемом судебном акте, в частности шага снижения неустойки и определенного судом размера взыскания по ней. При принятии судебного акта необходим анализ экономической обоснованности определенной ко взысканию суммы неустойки относительно сохранения баланса прав и интересов должника и кредитора в конкретном гражданском правоотношении. В противном случае при произвольном существенном снижении неустойки она лишается своего экономического смысла, стимулируя участников оборота к пренебрежению условиями обязательств и повышая экономическую привлекательность правонарушений.

Статья 333 ГК РФ устанавливает некоторые особенности снижения судом неустойки применительно к предпринимательским и непредпринимательским отношениям. Из буквального толкования п. 1 этой статьи следует, что если обязательство нарушено предпринимателем, то суд вправе уменьшить неустойку при условии заявления должника о таком уменьшении. Тем самым презюмируется, что должник-предприниматель, находясь под страхом взыскания всей суммы заявленной неустойки, должен заявить ходатайство о сниже-



нии неустойки и мотивировать его. В связи с этим нельзя не отметить твердость устоявшихся судебных позиций, требующих сопоставления основной суммы долга и размера взыскиваемой суммы неустойки, недопустимость взыскания суммы штрафных санкций, превышающей основную сумму долга. Дальнейшее утверждение приведенного подхода ведет не только к недокомпенсации интересов потребителя, но и к стимуляции правонарушений и неисполнению обязательств, поскольку согласно логике такого подхода размер штрафных санкций не может превышать суммы основного долга независимо от фактического периода просрочки.

Принципиальная возможность применения общих правил о снижении неустойки к отношениям, складывающимся при защите прав потребителей, вызывает сомнения вследствие возникновения риска недокомпенсации интересов потребителя и профилактики дальнейшего ущемления прав потребителей при том, что деятельность крупного бизнеса в сфере торговли и услуг в конечном счете ориентирована именно на удовлетворение потребителей. В отсутствие иного применительно к потребительским правоотношениям и взысканию законной неустойки неприменимо установленное п. 2 ст. 333 ГК РФ основание снижения неустойки в виде получения кредитором-взыскателем необоснованной выгоды. Само допущение возможности получения потребителем неосновательной выгоды в отношениях с предпринимателем-профессионалом при нарушении последним условий обязательства и действия нормы закона, устанавливающей размер и основания неустойки, представляется некорректным и противоречащим существу возникших правоотношений.

Целесообразно дополнить ст. 333 ГК РФ положением о невозможности снижения взыскиваемой потребителем законной неустойки с профессионального предпринимателя-правонарушителя. Выводы судов о возможности снижения взыскиваемой законной неустойки при ее явной несоразмерности последствиям нарушения обязательства (апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Санкт-Петербургского городского суда от 26 июля 2016 г. по делу № 33-15655/2016) даже с уточнением, что снижение размера неустойки возможно по отношению к конкретной сумме, а не к проценту, установленному законом (апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Самарского областного суда от 29 июля 2019 г. по делу № 33-8863/2019), нивелируют смысл и значение законной неустойки, позволяя судам фактически отступать от содержания общеобязательной нормы закона, предполагающей единообразное применение.

## **§ 7. АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

В соответствии со ст. 43 Закона о защите прав потребителей за нарушение прав потребителей, установленных законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, продавец (исполнитель, изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) несет административную, уголовную или гражданско-правовую ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Уже в первой редакции КоАП РФ (2001 г.) содержались нормы об административной ответственности за правонарушения в сфере защиты прав потребителей.

Последующие два десятилетия после принятия КоАП РФ одновременно с развитием рыночных отношений, процессами цифровой трансформации активно возникали и развивались новые общественные отношения с участием потребителей, появление которых приводило к необходимости адаптации законодательства о защите прав потребителей, включению соответствующих отношений в его орбиту.

На этом фоне получали распространение различные противоправные деяния, затрагивающие права и законные интересы потребителей, ответственность за совершение которых, однако, не установлена. Как результат, формировалась соответствующая социальная потребность в административно-юрисдикционной защите общественных отношений и в КоАП РФ включались новые составы административных правонарушений. Происходило также выделение специальных составов административных правонарушений как реакция на распространенность отдельных подвидов противоправных деяний. Наконец, результаты правоприменительной практики (стабильно высокие показатели противоправного поведения) ориентировали законодателя на последовательное усиление административных санкций за правонарушения в сфере защиты прав потребителей.

Действующая редакция КоАП РФ включает разветвленную систему норм, устанавливающих административную ответственность за правонарушения в сфере защиты прав потребителей. Соответствующие составы административных правонарушений содержатся в ст. 9.16 (ч. 1 и 2), ст. 10.8 (в части нарушения правил хранения и реализации продуктов животноводства), ст. 14.2, ст. 14.4, ст. 14.5 (ч. 1), ст. 14.6–14.8, ст. 14.15, ст. 14.16 (ч. 2<sup>1</sup>–3).

## § 7. Административная ответственность за нарушение прав потребителей

Несмотря на наличие у указанных правонарушений общего видового объекта (общественные отношения в сфере защиты прав потребителей), в действующей редакции КоАП РФ составы административных правонарушений в указанной сфере не обособлены в отдельной главе, а распределены по разным главам. В частности, они содержатся в гл. 9 «Административные правонарушения в промышленности, строительстве и энергетике», гл. 10 «Административные правонарушения в сельском хозяйстве, ветеринарии и мелиорации земель», гл. 14 «Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности и деятельности саморегулируемых организаций».

Объективная сторона составов административных правонарушений в сфере защиты прав потребителей представлена различными деяниями. Административная ответственность установлена в том числе за:

- продажу товаров, не соответствующих образцам по качеству, выполнение работ либо оказание населению услуг, не соответствующих требованиям нормативных правовых актов, устанавливающих порядок (правила) выполнения работ либо оказания населению услуг;

- продажу товаров, выполнение работ либо оказание услуг организацией, а равно гражданином, зарегистрированным в качестве индивидуального предпринимателя, при отсутствии установленной информации об изготовителе (исполнителе, продавце) либо иной информации, обязательность предоставления которой предусмотрена законодательством Российской Федерации;

- обмеривание, обвешивание или обсчет потребителей при реализации товара (работы, услуги) либо иной обман потребителей;

- введение потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств или качества товара (работы, услуги) при производстве товара в целях сбыта либо при реализации товара (работы, услуги);

- нарушение права потребителя на получение необходимой и достоверной информации о реализуемом товаре (работе, услуге), об изготовителе, о продавце, об исполнителе и о режиме их работы;

- включение в договор условий, ущемляющих права потребителя, установленные законодательством о защите прав потребителей;

- непредоставление потребителю льгот и преимуществ, установленных законом;

- неисполнение обязанности по обеспечению возможности оплаты товаров (работ, услуг) путем наличных расчетов или с использованием национальных платежных инструментов в рамках

национальной системы платежных карт по выбору потребителя, если в соответствии с федеральным законом обеспечение такой возможности является обязательным, либо нарушение иных установленных законом прав потребителя, связанных с оплатой товаров (работ, услуг);

– отказ потребителю в предоставлении товаров (выполнении работ, оказании услуг) либо доступе к товарам (работам, услугам) по причинам, связанным с состоянием его здоровья, или ограничением жизнедеятельности, или его возрастом, кроме случаев, установленных законом.

Субъектом правонарушений в сфере защиты прав потребителей по общему правилу выступают граждане, должностные лица, юридические лица.

В качестве меры административной ответственности, применяемой за правонарушения в этой сфере, выступает административный штраф с конфискацией орудия совершения или предмета административного правонарушения или без таковой.

Теоретические и практические проблемы административной ответственности в сфере защиты прав потребителей получили обстоятельное отражение в юридических исследованиях административно-правовой направленности, в том числе на монографическом уровне<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См., например: *Жаданова Е.И.* Административная ответственность юридических лиц за включение в договор условий, ущемляющих права потребителей // Административное право и процесс. 2012. № 5. С. 62–66; *Ее же.* Административная ответственность юридических лиц за нарушение законодательства о защите прав потребителей: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2014; *Костенников М.В., Лобанов С.А.* Административно-юрисдикционная защита прав потребителей // Административное и муниципальное право. 2012. № 5. С. 28–33; *Кытыс М.А.* Административная ответственность за нарушение законодательства о защите прав потребителей: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2001; *Лобанов С.А.* Административно-правовое регулирование торговой деятельности в системе потребительского рынка // Административное и муниципальное право. 2012. № 8. С. 69–74; *Пантелеев В.Ю.* Административно-правовое регулирование в сфере потребительского рынка в Российской Федерации: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. Тюмень, 2016; *Феофилактов А.С.* Административная ответственность за нарушение прав потребителей // Административное право и процесс. 2011. № 12. С. 22–25; *Его же.* Административная ответственность субъектов предпринимательской деятельности за нарушение прав потребителей: проблемы судебно-арбитражной практики // Административное право. 2009. № 1; *Хайрутдинова Э.Ф.* Судебная практика применения юридической ответственности за нарушения прав потребителей при оказании услуг общественного питания // Арбитражный и гражданский процесс. 2011. № 5. С. 44–47; *Шматко А.В.* Административно-правовой механизм защиты прав потребителей: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Ростов-н/Д., 2008.

## § 7. Административная ответственность за нарушение прав потребителей

Анализ сформулированных исследователями предложений, стратегий<sup>1</sup>, концепций<sup>2</sup>, проектов нормативных правовых актов показывает, что в дальнейшем законодательство об административной ответственности в рассматриваемой сфере будет развиваться по следующим двум направлениям.

Первое — это реализация идей, заложенных Концепцией нового Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Обращение к проекту<sup>3</sup> показывает, что наиболее фундаментальные изменения связаны, во-первых, с осуществлением обособления составов административных правонарушений в сфере защиты прав потребителей в отдельной главе Особенной части.

Во-вторых, такие изменения связаны с осуществлением градации мер административной ответственности исходя из характера и степени общественной вредности административного правонарушения: угрозы наступления и (или) факта наступления определенных негативных последствий. Градация мер административной ответственности — это разделение, расслоение ответственности в законе, в результате чего законодателем устанавливаются различные правовые последствия в зависимости от степени общественного вреда правонарушения или его характера, личности правонарушителя и других факторов<sup>4</sup>.

В проекте нового кодекса предусмотрена категоризация административных правонарушений исходя из их характера и степени общественной вредности на грубые и негрубые, которая будет выступать основой для установления различных видов и размеров административных наказаний.

К грубым административным правонарушениям проект предлагает отнести в том числе:

---

<sup>1</sup> Стратегия государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, утв. распоряжением Правительства РФ от 28 августа 2017 г. № 1837-р.

<sup>2</sup> Концепция нового Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (подготовлена межведомственной рабочей группой, образованной во исполнение поручения Председателя Правительства РФ Д.А. Медведева и в соответствии с распоряжением Правительства РФ от 4 апреля 2019 г. № 631-р) [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/KVhRvFpSydJQShBIwIAY7khO7NAI9EL.pdf>.

<sup>3</sup> Проект Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (подготовлен Минюстом России, ID проекта 02/04/05-20/00102447) // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>4</sup> См.: *Максимов И.В.* Административные наказания. М.: Норма, 2009. С. 89.

– административные правонарушения, в результате совершения которых потерпевшим является несовершеннолетнее лицо, а равно связанные с вовлечением несовершеннолетнего лица в совершение административного правонарушения;

– административные правонарушения, совершение которых создало угрозу причинения или причинило вред жизни и здоровью людей;

– административные правонарушения, совершенные повторно, если санкциями соответствующих статей в качестве административного наказания предусмотрены конфискация, лишение специального права, предоставленного физическому лицу, дисквалификация, административный арест, административное выдворение за пределы Российской Федерации иностранного гражданина или лица без гражданства, административный запрет деятельности, либо если предметы и (или) орудия административного правонарушения в соответствии с законодательством Российской Федерации подлежат изъятию и последующему уничтожению.

На наш взгляд, наряду с перечисленными к числу грубых также должны быть отнесены административные правонарушения, посягающие на права социально уязвимых групп потребителей, этот подход в большей мере соответствовал бы уровню общественной вредности таких деяний.

Второе направление развития законодательства об административной ответственности в сфере защиты прав потребителей предусматривает введение новых составов административных правонарушений и усиление административных санкций.

Субъектами права законодательной инициативы ежегодно разрабатывается большое количество проектов нормативных правовых актов, направленных на совершенствование законодательства об административной ответственности в сфере защиты прав потребителей. Однако большинство данных инициатив не находит поддержки как не имеющие под собой объективной социальной или правовой нужды.

Исключением, на наш взгляд, выступает разработанный Правительством РФ и внесенный в Государственную Думу Федерального Собрания РФ проект федерального закона № 1184517-7 «О внесении изменения в статью 14.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»<sup>1</sup>.

Законопроект направлен на исключение случаев понуждения потребителей к предоставлению персональных данных для целей, не связанных с заключением, изменением, расторжением и исполнением договора купли-продажи, оказания услуг (выполнения работ).

---

<sup>1</sup> URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1184517-7>.

## § 7. Административная ответственность за нарушение прав потребителей

В указанных целях законопроектом предлагается дополнить ст. 14.8 КоАП РФ ч. 6, предусматривающей административную ответственность за отказ в заключении, исполнении, изменении или расторжении договора с потребителем в связи с отказом потребителя предоставить персональные данные, за исключением случаев, когда обязанность предоставления таких данных предусмотрена законодательством Российской Федерации или связана с непосредственным исполнением договора с потребителем, за исключением случаев, предусмотренных ст. 13.11 КоАП РФ.

Проектируемая норма в случае ее принятия будет способствовать обеспечению реализации принципов законодательства о персональных данных, защите прав и свобод потребителя при обработке его персональных данных, обеспечению права на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну.

Проект нового кодекса идет дальше и предлагает обособить все составы административных правонарушений, связанные со злоупотреблением свободой договора, в отдельной ст. 12.1, а именно:

- включение продавцом (исполнителем) либо лицом, действующим по поручению продавца (исполнителя), в договор с потребителем условий, ущемляющих права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иными правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей, либо предложение заключить такой договор;

- навязывание потребителю дополнительных товаров (работ, услуг) за отдельную плату, необоснованный отказ в заключении договора с потребителем в письменной форме;

- отказ в заключении, изменении, расторжении и (или) исполнении договора с потребителем в связи с отказом потребителя предоставить персональные данные.

Отдельного внимания применительно к проблеме определения направлений развития законодательства об административной ответственности в сфере защиты прав потребителей заслуживают положения наднационального права, оказывающие влияние на ход развития национального законодательства в указанной сфере.

В соответствии со ст. 61 Договора о Евразийском экономическом союзе, подписанного в г. Астане от 29 мая 2014 г., государства — члены ЕАЭС проводят согласованную политику в сфере защиты прав потребителей, направленную на формирование равных условий для граждан государств — членов ЕАЭС по защите их интересов от недобросовестной деятельности хозяйствующих субъектов.

Протокол о проведении согласованной политики в сфере защиты прав потребителей (Приложение № 13 к Договору о Евразийском



экономическом союзе от 29 мая 2014 г.) в качестве одного из основных направлений проведения согласованной политики, средства обеспечения равных условий обеспечения защиты прав и законных интересов потребителей рассматривает сближение законодательства государств — членов ЕАЭС о защите прав потребителей.

Это означает, во-первых, необходимость учета подходов к установлению административной ответственности в сфере защиты прав потребителей, сформировавшихся в государствах — членах ЕАЭС, при формулировании соответствующих положений в проекте нового кодекса.

Во-вторых, необходимость учета выработанных Евразийской экономической комиссией в рамках предоставленных ей полномочий рекомендаций для государств-членов о порядке реализации положений Протокола о проведении согласованной политики в сфере защиты прав потребителей.

Одной из таких рекомендаций от 21 мая 2019 г. № 15 «Об общих подходах к установлению особых мер защиты прав и интересов отдельных категорий потребителей» сформулированы общие подходы к установлению особенностей регулирования правоотношений с участием отдельных категорий потребителей (инвалидов, несовершеннолетних, пожилых людей), специфика жизнедеятельности которых учитывается при проведении государственной политики в сфере защиты прав потребителей, путем определения особых мер защиты их прав и интересов.

Рекомендациями предусмотрено, что законодательством государств-членов в этой сфере могут устанавливаться особые меры, направленные на защиту прав и интересов отдельных категорий потребителей, в том числе:

1) обеспечение возможности получения отдельными категориями потребителей (например, инвалидами с нарушениями функций слуха и (или) зрения) информации о товарах (работах, услугах) в доступной для них форме и на безвозмездной основе;

2) установление особых мер ответственности продавцов (исполнителей) за:

— введение отдельных категорий потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств, качества, доступности и (или) выгодности цены товаров (работ, услуг), условий заключаемого договора с потребителем и др.;

— отказ отдельным категориям потребителей в доступе к товарам (работам, услугам) по причинам, связанным с состоянием их здоровья, ограничением жизнедеятельности, возрастом (если такое ограничение не установлено законодательством государств-членов);

## *§ 7. Административная ответственность за нарушение прав потребителей*

3) применение эффективных, доступных для отдельных категорий потребителей механизмов разрешения потребительских споров, в том числе путем внедрения альтернативных способов урегулирования споров, снижения экономических затрат на возмещение потребительского ущерба;

4) создание и развитие в государствах-членах информационных ресурсов, содержащих сведения о защите прав потребителей, в том числе отдельных категорий потребителей, в рамках интегрированной информационной системы ЕАЭС;

5) разработка и внедрение программ просвещения в сфере защиты прав потребителей и информирования граждан, учитывающих особенности восприятия информации отдельными категориями потребителей;

6) привлечение общественных организаций потребителей в работу по повышению правовой грамотности потребителей (в том числе в сфере электронной торговли) и стимулирование их участия в такой работе;

7) разработка рекомендаций о недопущении недобросовестной предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов и стимулировании социально ответственного бизнеса, учитывающего особенности взаимодействия с отдельными категориями потребителей.

Действующим КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за отказ потребителю в предоставлении товаров (выполнении работ, оказании услуг) либо доступе к товарам (работам, услугам) по причинам, связанным с состоянием его здоровья, или ограничением жизнедеятельности, или его возрастом, кроме случаев, установленных законом (ч. 5 ст. 14.8).

В целях обеспечения согласованной политики в сфере защиты прав потребителей имеется потребность в формулировании специального состава административного правонарушения, устанавливающего административную ответственность за введение отдельных категорий потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств, качества, доступности и (или) выгодности цены товаров (работ, услуг), условий заключаемого договора с потребителем и др.

Как было показано выше, предлагаемые направления развития законодательства об административной ответственности в этой сфере имеют под собой объективные основания. Они продолжают общий сформировавшийся вектор развития законодательства об административной ответственности в сфере защиты прав потребителей в части введения новых и специальных составов административных правонарушений, усиления административных санкций и не предполагают каких-либо коренных изменений.

Вместе с тем остается нерешенной фундаментальная проблема, которая заключается в том, что, несмотря на все предпринимаемые усилия со стороны органов публичной власти, сфера защиты прав потребителей остается областью с высокой распространенностью противоправных деяний, большим количеством случаев причинения вреда жизни и здоровью людей. По данным Государственного доклада «Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2019 году»<sup>1</sup>, продолжается тенденция увеличения поступления в территориальные органы Роспотребнадзора обращений по вопросам защиты прав потребителей (диаграмма № 1), и сохраняются высокие показатели административной деликтности (диаграмма № 2).

Можно ли в подобных условиях говорить о достижении таких целей административной ответственности, как предупреждение (предотвращение) новых административных правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами (частная и общая превенция), формирование у них законопослушных установок поведения? С учетом приведенных статистических данных следует дать, пожалуй, отрицательный ответ. Однако было бы несправедливо говорить о неэффективности именно административной ответственности в сфере защиты прав потребителей. Институт административной ответственности — лишь один из элементов комплексного межотраслевого механизма обеспечения законности в рассматриваемой сфере. Следовательно, назрела объективная потребность в его целостном переосмыслении, а не в ревизии отдельных элементов. На наш взгляд, перспективными направлениями совершенствования механизма обеспечения законности в сфере защиты прав потребителей являются:

— интенсификация профилактической работы, дальнейшая переориентация деятельности контрольно-надзорных органов с выявления и пресечения правонарушений на их предупреждение;

— введение административного порядка разрешения части гражданско-правовых споров с участием потребителей<sup>2</sup>, с наделением соответствующими юрисдикционными полномочиями Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека;

---

<sup>1</sup> См.: Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2019 году: государственный доклад. М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2020 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.gospotrebnadzor.ru/documents/details.php?ELEMENT\\_ID=14932](https://www.gospotrebnadzor.ru/documents/details.php?ELEMENT_ID=14932).

<sup>2</sup> По аналогии с подходом, предусмотренным Федеральным законом от 4 июня 2018 г. № 123-ФЗ «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг», в качестве критерия отнесения спора к числу подлежащих рассмотрению в административном порядке может выступать размер имущественных требований потребителя.

## § 7. Административная ответственность за нарушение прав потребителей



Диаграмма № 1



Диаграмма № 2

— введение обязательного страхования гражданской ответственности в сфере защиты прав потребителей;

— а также иные предложенные в рамках настоящего монографического исследования меры<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> О защите персональных данных потребителей, развитии альтернативных механизмов урегулирования споров с участием потребителей, совершенствовании регулирования права потребителя на отказ от договора, модернизации законодательства в части гражданско-правовой ответственности хозяйствующих субъектов за нарушение прав потребителей см. подробнее § 3, 5, 6 настоящей главы.

## **§ 8. СУДЕБНАЯ ФОРМА ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

В российском процессуальном законодательстве реализован ряд мер, направленных на повышение эффективности и упрощение защиты прав потребителей в суде. В частности, если по общему правилу мировому судье подсудны имущественные споры при цене иска, не превышающей 50 тыс. руб., то в отношении имущественных споров, возникающих в сфере защиты прав потребителей, лимит увеличен до 100 тыс. руб. Кроме того, в отношении потребительских споров установлены правила альтернативной подсудности — потребителем по его выбору может быть подан иск в суд по месту его жительства или пребывания либо по месту заключения или месту исполнения договора. Такое регулирование направлено на создание максимально комфортных условий для осуществления права на судебную защиту потребителя, в том числе в ближайшем в территориальном отношении суде. ГПК РФ и Законом о защите прав потребителей предусматриваются и другие процессуальные гарантии беспрепятственной защиты прав потребителей.

### **8.1. УНИФИКАЦИЯ ПРАВИЛ ДОКАЗЫВАНИЯ ПО СПОРАМ, ВОЗНИКАЮЩИМ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

В большинстве стран — участниц Европейского союза бремя доказывания дефекта товара, ущерба и причинно-следственной связи между дефектом и ущербом лежит на потерпевшем лице (Германия, Франция, Бельгия, Англия, Италия, Дания, Нидерланды)<sup>1</sup>. Однако в случае предъявления такого требования в рамках гарантийного срока (как правило, в рамках шести месяцев с момента приобретения товара) бремя доказывания указанных фактов с потерпевшего снимается, действует презумпция наличия дефектов товара.

Так, согласно § 477 Германского гражданского уложения (*Bürgerliches Gesetzbuch, BGB*), если существенный дефект выявляется в течение шести месяцев после купли-продажи, предполагается, что товар уже был дефектным на момент купли-продажи, за исключением случаев, когда такое предположение несовместимо с характером товара или дефекта. Однако продавец может опровергнуть эту правовую презумпцию.

---

<sup>1</sup> URL: [https://www.wengerviel.ch/getattachment/09f86f84-896c-444a-b73e-cf76620283eb/Meritas-guide-To-Defective-Products-Litigation-in-EMEA\\_Digital-2018.pdf.aspx](https://www.wengerviel.ch/getattachment/09f86f84-896c-444a-b73e-cf76620283eb/Meritas-guide-To-Defective-Products-Litigation-in-EMEA_Digital-2018.pdf.aspx).

Аналогичные нормы, устанавливающие доказательственную презумпцию наличия дефекта товара, действующую в течение шести месяцев с момента его продажи, предусмотрены в законодательстве Дании, Бельгии, Италии.

Кроме того, Директива (ЕС) № 2019/771/ЕС от 20 мая 2019 г. о некоторых вопросах, касающихся договоров купли-продажи товаров, устанавливает, что срок переноса бремени доказывания при продаже потребительских товаров должен быть продлен на один год. В связи с этим страны-участницы должны к 2021 г. привести национальное законодательство в соответствие с положениями указанной Директивы.

Согласно российскому потребительскому законодательству распределение бремени доказывания зависит от того, был ли установлен на товар (работу, услугу) гарантийный срок, а также от времени обнаружения недостатков.

В отношении товара, работы (услуги), на которые установлен гарантийный срок, бремя доказывания обстоятельств, освобождающих от ответственности за неисполнение либо ненадлежащее исполнение обязательства, в том числе и за причинение вреда, лежит на изготовителе, уполномоченной организации или уполномоченном индивидуальном предпринимателе, импортере (п. 4 ст. 13, п. 5 ст. 14, абз. 2 п. 6 ст. 18, и 6 ст. 19, п. 5 ст. 23<sup>1</sup>, п. 6 ст. 28 Закона о защите прав потребителей, ст. 1098 ГК РФ).

Если гарантийный срок не установлен, то бремя доказывания возлагается на потребителя (абз. 1 п. 6 ст. 18, абз. 1 п. 4 и п. 6 ст. 29 Закона о защите прав потребителей).

В отдельных сферах профессиональными участниками оборота намеренно не устанавливается гарантийный срок, вследствие чего возникает ситуация, при которой распределение бремени доказывания факта наличия недостатков работы (услуги) зависит от гарантийного срока как потестативного условия.

Подобные злоупотребления со стороны предпринимателей распространены в сфере медицины и при предоставлении услуг связи. Например, при предоставлении услуг по безлимитному доступу в «Интернет» после истечения определенного периода скорость доступа уменьшается, т.е. происходит, по сути, снижение качества оказываемых услуг. Сам факт и причины такого снижения их качества, исходя из прямого указания ст. 29 Закона о защите прав потребителей, должен доказать потребитель, так как на эти услуги не установлен гарантийный срок. Однако очевидно, что доказать указанные обстоятельства потребителю крайне затруднительно, а порой и не-

возможно, в результате чего потребитель ставится в положение заведомо слабой стороны<sup>1</sup>.

В сфере оказания медицинских услуг, несмотря на то что результат услуг не является предметом договора, в случае если этот результат носит материальный (овеществленный) характер, к результату услуг применяются нормы ГК РФ о договоре подряда в части гарантий качества работ и разумных сроков пригодности для установленного договором использования<sup>2</sup>. В случае с медицинскими услугами, например, таким материальным результатом может являться зубной или иной протез.

Гарантийный срок может быть согласован в договоре возмездного оказания медицинских услуг. Однако ввиду особой специфики услуг законодателем нормативно закреплены только отдельные гарантийные сроки. Например, гарантийный срок на зубные протезы из драгоценных металлов составляет один год<sup>3</sup>, гарантийный срок использования зубного съемного протеза составляет один год, несъемного протеза — два года<sup>4</sup>. Если же гарантийный срок не согласован в договоре и не установлен нормативным актом, то результат работы должен соответствовать надлежащему качеству в течение разумного срока, но в пределах двух лет со дня передачи результата работы (п. 2 ст. 724 ГК РФ, п. 3 ст. 29 Закона о защите прав потребителей). В итоге бремя доказывания возлагается на потребителя.

В связи с указанными проблемами в настоящее время ведется законопроектная работа по расширению гарантий прав потребителей путем перераспределения бремени доказывания на продавца (исполнителя). Разработанным Роспотребнадзором проектом федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части совершенствования правового ре-

---

<sup>1</sup> См., например: апелляционное определение Московского городского суда от 18 декабря 2019 г. по делу № 33-57180/2019.

<sup>2</sup> См., например: постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 24 сентября 2013 г. № 4593/13 по делу № А41-7649/2012.

<sup>3</sup> См.: приказ Минздрава СССР от 11 февраля 1972 г. № 107 «Об утверждении Инструкции о порядке использования и учета стоматологическими учреждениями драгоценных металлов для зубного протезирования» (документ утратил силу).

<sup>4</sup> См.: приказ Департамента здравоохранения г. Москвы от 31 марта 2021 г. № 285 «Об утверждении Справочника цен на ортопедические стоматологические услуги, оказываемые медицинскими организациями государственной системы здравоохранения города Москвы отдельным категориям жителей города Москвы за счет средств бюджета города Москвы».



гулирования отношений с участием потребителя и унификации ответственности за нарушение прав потребителей)» предусматриваются два правила распределения бремени доказывания в зависимости от того, установлен ли на товар гарантийный срок:

– в случае, когда гарантийный срок на товар не установлен, продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) будет отвечать за недостатки товара *в течение года* с момента передачи товара потребителю, если не докажет, что они возникли после передачи товара потребителю либо вследствие непреодолимой силы или нарушения потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара, действий третьих лиц (т.е. бремя доказывания отсутствия вины возлагается на продавца (изготовителя, уполномоченную организацию или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера), а не на потребителя, как в действующей норме абз. 1 п. 6 ст. 18 Закона о защите прав потребителей);

– в случае, когда гарантийный срок на товар установлен, продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) будет отвечать за недостатки товара *в течение гарантийного срока*, если не докажет, что они возникли после передачи товара потребителю либо вследствие непреодолимой силы или нарушения потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара, действий третьих лиц (т.е. бремя доказывания отсутствия вины в течение гарантийного срока также возлагается на продавца (изготовителя, уполномоченную организацию или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера).

Такой подход заслуживает поддержки с учетом того, что он предоставляет более высокий уровень гарантий защиты потребителей в сравнении с действующим регулированием и соответствует лучшим международным практикам защиты прав потребителей (Директива (ЕС) № 2019/771/ЕС от 20 мая 2019 г. о некоторых вопросах, касающихся договоров купли-продажи товаров).

Вместе с тем в России правила о распределении бремени доказывания сосредоточены не только в Законе о защите прав потребителей, но и в отраслевых актах, имеющих свою специфику, что может приводить к снижению гарантий защиты прав потребителей в отдельных сферах. В частности, одной из отраслей, где часто происходят нарушения прав потребителей, является сфера авиаперевозок (задержка или отмена рейса, потеря или повреждение багажа, отказ в возврате стоимости билетов).

Усложняют защиту прав потребителей не только большой законодательный массив, регулирующий указанные отношения<sup>1</sup>, но и недостаточная информированность потребителя о порядке оказания услуг по перевозке воздушным транспортом. Зачастую потребитель проигрывает спор ввиду невозможности собрать надлежащую доказательственную базу в подтверждение нарушений его прав.

Положение о распределении бремени доказывания в Воздушном кодексе РФ касается только случаев расторжения договора воздушной перевозки в одностороннем порядке (ст. 107).

В связи с этим представляется обоснованным рассмотреть возможность перераспределения бремени доказывания факта нарушения прав потребителя с потребителя на перевозчика, в частности, по вопросам о том, был ли пассажир проинформирован об отмене рейса и если да, то когда (по аналогии с ч. 4 ст. 5 Регламента (ЕС) Европейского парламента и Совета ЕС № 261/2004 от 11 февраля 2004 г. об установлении общих правил в области компенсации и содействия пассажирам в случае отказа в посадке, отмены или длительной задержки авиарейса и об отмене Регламента (ЕЭС) № 295/91»<sup>2</sup>).

## **8.2. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РАМКАХ ГРУППОВОГО ПРОИЗВОДСТВА**

Нормы о защите прав и законных интересов группы лиц появились в российском гражданском процессе с принятием Федерального закона от 18 июля 2019 г. № 191-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» и начали действовать с 1 октября 2019 г.

До этого нормы о групповых исках содержались в АПК РФ (с 2009 г.) и КАС РФ (с 2015 г.). Однако для защиты прав групп потребителей указанные конструкции не были применимы как в силу особенностей отечественной судебной организации (споры с участием граждан-потребителей не входят в компетенцию арбитражных судов), так и в связи с узким толкованием судами самой модели группового иска,

---

<sup>1</sup> Помимо Закона о защите прав потребителей применяются положения Конвенции для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок 1999 г. (Монреальской конвенции), ГК РФ, Воздушного кодекса РФ, приказ Минтранса России от 28 июня 2007 г. № 82 «Об утверждении Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей».

<sup>2</sup> Regulation (EC) N 261/2004 of the European Parliament and of the Council of 11 February 2004 establishing common rules on compensation and assistance to passengers in the event of denied boarding and of cancellation or long delay of flights, and repealing Regulation (EEC) N 295/91.

с помощью которой могут защищаться требования о признании права, но не о присуждении денежных средств, а все члены группы должны быть участниками единого правоотношения.

Кроме того, с момента введения в действие Закона о защите прав потребителей (9 апреля 1992 г.) для защиты прав неопределенного круга потребителей стала использоваться конструкция, в соответствии с которой общественные организации потребителей могут предъявить иски о признании действий продавца, изготовителя, исполнителя противоправными и прекращении этих действий (ст. 44 Закона о защите прав потребителей в первоначальной редакции). Согласно ст. 46 действующей редакции названного Закона такой иск вправе предъявить орган государственного надзора, органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей (их ассоциации, союзы). В основе указанной модели лежит принцип защиты публичного интереса и, как следствие, только неопределенного круга лиц.

К настоящему моменту отсутствуют официальные данные судебной статистики Судебного департамента при Верховном Суде РФ о количестве споров, рассмотренных в порядке группового производства по ГПК РФ с момента введения норм, регламентирующих порядок защиты прав и законных интересов группы лиц<sup>1</sup>. Есть информация о двух групповых исках, инициированных Роспотребнадзором<sup>2</sup>. Можно прийти к выводу о том, что на данный момент востребованным на практике способом защиты прав и законных интересов группы потребителей по-прежнему остается порядок, предусмотренный ст. 46 Закона о защите прав потребителей.

Тенденция защиты прав и законных интересов потребителей посредством группового иска является общемировой, в странах как англосаксонской, так и континентальной правовой семьи наблюдается постепенное расширение применения института группового иска именно в сфере защиты прав потребителей. Помимо классического группового иска, предусмотренного Правилом 23 Федеральных правил гражданского процесса США (в ред. 1966 г.)<sup>3</sup>, рассматривае-

<sup>1</sup> Исходя из Отчета о работе судов общей юрисдикции о рассмотрении гражданских, административных дел по первой инстанции за 2020 г., по ГПК РФ всего с участием более 20 истцов было рассмотрено 689 гражданских дел (однако неизвестно, сколько из них дел о защите прав потребителей) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79>.

<sup>2</sup> См.: Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2019 году: государственный доклад. С. 225.

<sup>3</sup> Состав группы определяется как все участники правоотношения, за исключением тех, кто прямо отказался от участия в процессе (так называемая модель opt-out); когда ответчиком ущемлены права сразу множества истцов, один из них, наибо-

мый способ защиты прав больших групп потребителей в последние десятилетия стал применяться во многих странах.

Так, в Европейском союзе в рамках Нового курса защиты прав потребителей (*New Deal for Consumers*) принята Директива (ЕС) № 2020/1828 Европейского парламента и Совета ЕС от 25 ноября 2020 г. о представительских исках для защиты коллективных интересов потребителей и об отмене Директивы № 2009/22/ЕС1, заменившая собой Директиву № 2009/22/ЕС. Согласно новой Директиве:

– как на национальном уровне, так и на уровне ЕС потребителям должна быть доступна, по крайней мере, одна эффективная и действенная процедура для принятия мер по возмещению ущерба, причиненного группам потребителей;

– групповые иски применимы в случаях нарушения прав потребителей со стороны профессиональных участников рынка в большинстве областей экономики, в том числе в сферах обработки персональных данных, финансовых услуг, туризма, энергетики, телекоммуникаций, окружающей среды и здравоохранения, воздушного и железнодорожного транспорта;

– на национальном уровне должны быть созданы квалифицированные организации (*qualified entities*), получающие финансовую поддержку и наделенные полномочиями по возбуждению производств по защите прав групп потребителей, а также гарантирующие потребителям доступ к правосудию; квалифицированные организации должны быть наделены правом запрашивать применение в отношении нарушителей прав групп потребителей запретительные меры (*injunctive measures*) и меры по исправлению положения (*redress measures*);

– следует обеспечить баланс между доступом к правосудию и защитой бизнеса от неправомерных судебных исков, в частности, индивидуальные потребители не должны оплачивать судебные рас-

---

лее состоятельный и заинтересованный, берет на себя все затраты, связанные с предъявлением иска в защиту всех участников, ведением судебного дела, а суд, возбуждая дела по этому иску, устанавливает круг участников группы, принимает решение о присуждении определенной суммы имущественного возмещения, которая затем за вычетом судебных расходов, суммы адвокатского гонорара делится между всеми участниками группы пропорционально размеру заявленных требований [Электронный ресурс]. URL: [https://www.uscourts.gov/sites/default/files/federal\\_rules\\_of\\_civil\\_procedure\\_-\\_dec\\_1\\_2019\\_0.pdf](https://www.uscourts.gov/sites/default/files/federal_rules_of_civil_procedure_-_dec_1_2019_0.pdf).

<sup>1</sup> Directive (EU) 2020/1828 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2020 on representative actions for the protection of the collective interests of consumers and repealing Directive 2009/22/EC. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L\\_.2020.409.01.0001.01.ENG](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2020.409.01.0001.01.ENG)

ходы, вместе с тем в исключительных обстоятельствах на потребителей могут быть возложены судебные расходы, понесенные в результате их преднамеренного или небрежного поведения; суды или административные органы должны принимать решения об отклонении явно необоснованных групповых исков на как можно более ранней стадии разбирательства.

В настоящее время в рамках ЕС в большинстве стран-участниц уже функционируют механизмы защиты коллективных прав и законных интересов потребителей.

Так, в Германии в результате «дизельного скандала»<sup>1</sup>, повлекшего предъявление десятков тысяч исков автовладельцев, с 1 ноября 2018 г. были внесены изменения в гражданское процессуальное законодательство, позволяющие квалифицированному обществу, объединяющему не менее 10 организаций или 350 участников, предъявлять коллективный модельный иск. Чтобы взыскать компенсацию, каждый потребитель на основании такого иска может предъявить иск о взыскании убытков. Однако, чтобы получить индивидуальную компенсацию, каждый потребитель в дальнейшем должен будет обратиться с новым иском в суд. Подобная модель декларативного коллективного иска существует в Нидерландах и Бельгии.

Во Франции групповые иски были введены Законом от 17 марта 2014 г. № 2014-344<sup>2</sup>. Такие иски могут быть инициированы лишь небольшим числом аккредитованных на национальном уровне ассоциаций потребителей. Кроме того, сфера применения групповых исков ограничивается спорами в защиту прав потребителей, а также спорами, возникающими из недобросовестной конкуренции, защиты персональных данных, охраны окружающей среды. Французская модель придерживается своеобразной системы позднего принятия решения: потенциальные истцы могут присоединиться к группе только после вынесения решения об ответственности и в течение срока, установленного судом (например, в случае потребительских товаров этот срок не может быть менее двух месяцев и более шести месяцев). Датой, с которой начинает исчисляться срок для присоединения к группе, является дата опубликования соответствующего решения в средствах массовой информации. В секторе здравоохранения этот срок должен составлять от шести месяцев до пяти лет.

<sup>1</sup> URL: <https://www.cleanenergywire.org/factsheets/dieselgate-timeline-car-emissions-fraud-scandal-germany>.

<sup>2</sup> LOI n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation [Electronic resource]. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000028738036>.

В Италии после принятия Закона № 31 от 12 апреля 2019 г.<sup>1</sup> (далее — Закон № 31) групповой иск стал доступен для защиты прав и законных интересов не только группы потребителей, но и любых заявителей по требованиям о возмещении ущерба. Согласно ст. 140 Потребительского кодекса Италии групповые иски могут быть предъявлены с целью заявления о нарушении договорных прав группы потребителей в отношении одной и той же компании. Для подачи группового иска минимальное количество истцов, в отличие от Российской Федерации, не требуется.

Иски могут вытекать из общих условий договора или публичных договоров. Кроме того, групповой иск может быть предъявлен при нарушении требований о качестве продукции даже в том случае, если отсутствуют прямые договорные отношения с изготовителем.

Итальянский групповой иск имеет некоторые особенности. Так, целью группового иска являются оценка нарушения и привлечение к ответственности предприятия для получения компенсации. После подачи группового иска происходит его санкционирование судом на основании ряда критериев (однородность требований, способность истца представлять интересы группы, отсутствие конфликта интересов, очевидная необоснованность иска). Ранее, до принятия Закона № 31, применительно к Италии можно было говорить о действии строгой модели «opt-in», в соответствии с которой решение вступает в силу только в отношении тех, кто присоединился к иску. Однако после указанных изменений, предусматривающих возможность присоединения к группе в течение пяти месяцев после вступления решения в законную силу, в итальянском законодательстве появились черты и американской модели группового иска.

В большинстве случаев групповые иски возникают в сфере туризма, банковской деятельности, предоставления общественных услуг, технического обслуживания дорог, по поводу фармацевтических или медицинских товаров и услуг, недобросовестной коммерческой практики, в результате причинения ущерба от табака, компьютерного программного обеспечения и т.д. Ранее, однако, производство по групповому иску, как правило, завершалось на стадии принятия решения о приемлемости иска<sup>2</sup>. Такое положение и послужило основанием для реформирования института группового производства в Италии.

В Бельгии коллективный иск о возмещении вреда регулируется титулом 2 книги XVII Кодекса экономического права. Данная про-

<sup>1</sup> См. подробнее § 4 главы I настоящей работы.

<sup>2</sup> См.: *Maria Luisa Chiarella*. Overview of Class Actions: Italian Consumer Law and Cross-Border Litigation. *Athens Journal of law*. Volume 4, Issue 2. P. 165–190.

цедура была введена в бельгийское законодательство в 2014 г. Необходимость появления в законе возможности подачи коллективного иска о возмещении вреда, причиненного группе потребителей, объяснялась тем, что хотя использование индивидуальных средств судебной защиты является основным способом, которым потребитель может защитить свои права, на практике их использование может быть затруднено. Это связано с рядом факторов, в том числе с отсутствием у потребителей знаний о своих правах и средствах правовой защиты, дороговизной и длительностью судебных процедур<sup>1</sup>. Устранение этих негативных обстоятельств и упрощение доступа к правосудию для потребителей были целью принятия титула 2 книги XVII Кодекса.

Коллективный иск может быть подан в случае, если лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность, был причинен вред группе потребителей. В состав группы потребителей входят потребители, каждый из которых индивидуально пострадал от нарушения своих прав и интересов, однако данные нарушения были вызваны общей причиной (ст. XVII.38).

Порядок подачи коллективного иска имеет ряд особенностей. Такой иск от имени группы потребителей может быть подан только представителем, причем таковым может быть только специальный орган или организация, указанные в ст. XVII.39 Кодекса. Индивидуальный потребитель инициировать процедуру рассмотрения коллективного иска не может.

К содержанию коллективного иска предъявляются специальные требования, отличные от тех, которые предусмотрены в отношении содержания искового заявления ст. 1034bis–1034sexies Судебного кодекса. Согласно ст. XVII.42 Кодекса экономического права коллективный иск должен содержать описание коллективного вреда, являющегося предметом иска, описание группы, в отношении которой представитель группы намерен действовать, оценивая, насколько это возможно, число потерпевших, а также обоснование того, что подача коллективного иска является более эффективным средством защиты, чем подача индивидуальных жалоб. Порядок принятия коллективного иска регламентируется ст. XVII.43–XVII.44 Кодекса.

---

<sup>1</sup> См.: *Projet de loi portant insertion d'un titre 2 «De l'action en réparation collective» au livre XVII «Procédures juridictionnelles particulières» du Code de droit économique et portant insertion des définitions propres au livre XVII dans le livre Ier du Code de droit économique*. Pp. 5, 6 [Electronic resource]. URL: <https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/53/3300/53K3300001.pdf>.



В соответствии со ст. XVII.45 Кодекса судья устанавливает срок, в течение которого стороны могут заключить соглашение о возмещении коллективного вреда. Соглашение должно отвечать требованиям, установленным в указанной статье. Судья проверяет представленное соглашение на предмет соответствия требованиям ст. XVII.45. В случае несоответствия судья возвращает соглашение сторонам, предлагая дополнить его в установленный им срок и указав, какие именно недостатки должны быть устранены. Затем судья либо утверждает соглашение, либо в случаях, предусмотренных ст. XVII.49 Кодекса, отказывает в его утверждении.

В случае если представитель группы и ответчик не смогли заключить соглашение о коллективном возмещении вреда либо судья отказал в утверждении соглашения, дело рассматривается по существу (ст. XVII.52). При этом стороны сохраняют возможность заключить соглашение о коллективном возмещении вреда в любой момент до вынесения судом решения по существу дела (ст. XVII.56). Само рассмотрение происходит в соответствии с правилами, установленными Судебным кодексом. Статья XVII.54 Кодекса экономического права предъявляет специальные требования к содержанию судебного решения по коллективному иску.

В Бразилии правом подачи группового иска обладает ограниченный круг лиц. Согласно Закону о публичных гражданских исках № 7.347 от 24 июля 1985 г. (*Lei de Ação Civil Pública - Lei no 7.347, de 24 de julho de 1985*)<sup>1</sup> и Кодексу о защите прав потребителей ими являются:

- прокуратура;
- адвокаты;
- федеральное правительство;
- штаты, муниципалитеты и федеральный округ;
- независимые государственные структуры;
- государственные компании или компании, контролируемые государством;
- государственные фонды;
- ассоциации, учрежденные на законных основаниях сроком не менее одного года (требование одного года может быть отменено, если судья считает, что существует очевидный социальный интерес), и включающие в цели своей деятельности защиту одного из прав, которые могут быть защищены с помощью группового иска.

Согласно ст. 94 Кодекса защиты прав потребителей Бразилии после подачи группового иска сообщение о возможности присоеди-

---

<sup>1</sup> URL: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/17347orig.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/17347orig.htm)

ниться к нему должно быть опубликовано в официальной газете, чтобы дать возможность потенциальным заинтересованным сторонам вступить в дело. Кроме того, ассоциации по защите прав потребителей должны придавать широкую огласку подаче группового иска.

В отличие от США, в Бразилии отдельной процедуры сертификации нет: до тех пор, пока истец имеет право на подачу иска и иск направлен на защиту одного из прав, которые могут быть защищены с помощью группового иска, групповой иск будет рассматриваться.

Отдельно урегулированы вопросы исполнения решения по групповому иску: в соответствии со ст. 103 Кодекса защиты прав потребителей положительное окончательное решение по групповому иску может быть индивидуально исполнено любым членом группы даже в случае, если он не присоединился к группе. С другой стороны, окончательное неблагоприятное решение будет препятствовать подаче других групповых исков, касающихся того же права (за исключением случаев, когда групповой иск отклоняется из-за отсутствия доказательств, а затем представляются новые доказательства), но не будет ущемлять права лиц на подачу индивидуальных исков.

Российская модель группового иска в гражданском процессе построена по модели «opt-in», что предполагает необходимость явного волеизъявления на присоединение к группе путем подачи заявления. Согласно ст. 244<sup>20</sup> ГПК РФ для возбуждения группового производства необходимо соблюсти следующие условия:

- 1) имеется общий по отношению к каждому члену группы лиц ответчик;
- 2) предметом спора являются общие либо однородные права и законные интересы членов группы лиц;
- 3) в основании прав членов группы лиц и обязанностей ответчика лежат схожие фактические обстоятельства;
- 4) использование всеми членами группы лиц одинакового способа защиты своих прав;
- 5) к требованию о защите прав и законных интересов этой группы лиц присоединились не менее 20 лиц — членов группы лиц.

Еще одной немаловажной особенностью российской модели группового иска является неограниченная сфера его применения, тогда как в большинстве зарубежных правопорядков защита прав и законных интересов группы лиц допускается только в определенных областях (защита потребителей, антимонопольное регулирование, защита окружающей среды и т.д.) Исходя из этого в доктрине российская модель группового иска получила характеристику «радикальной».

Положительно оценивая саму идею введения группового иска для защиты прав и законных интересов граждан (в том числе и потребителей) в России, отметим те недостатки, которые, как представляется, затрудняют эффективность использования данного института на практике.

**1. Число членов группы.** Согласно правилам гл. 22<sup>3</sup> ГПК РФ для инициирования группового иска необходимо, чтобы к требованию о защите прав и законных интересов этой группы лиц присоединились не менее 20 лиц (плюс представитель группы). Аналогичное количество членов группы предусмотрено в КАС РФ, а в АПК РФ сохраняется правило «5+1 участник». Не совсем ясна логика законодателя при введении именно этого числа членов группы. Преодолеть порог в 20 человек не всегда бывает легко, и это может затруднить широкое развитие данного инструмента защиты гражданских прав на практике. Законодательство иных стран (США, Англия, Италия, Франция, Германия, Бразилия и др.) не называет минимальный порог, определяя достаточность участников группового иска в каждом конкретном случае, их может быть и пять, и триста. Более правильным представляется руководствоваться не конкретным количеством членов группы, а соответствием критериям отнесения того или иного иска к групповому, тогда суд в каждом конкретном случае сможет решить, может ли данное требование рассматриваться в рамках группового производства.

**2. Информирование о возможности присоединения к групповому иску.** Если до 1 октября 2019 г. АПК РФ предполагал, что информирование о возможности присоединиться к групповому иску осуществляется в индивидуальной и публичной форме, то в настоящий момент АПК РФ и ГПК РФ закрепили правило только о публичном извещении, т.е. через СМИ. Дополнительно оговаривается, что размещение извещений возможно на сайте суда. Представляется, что данный подход в отношении потребителей недостаточно оправдан. Использование различных способов и форм извещения, как индивидуальных, так и публичных, позволило бы информировать большее количество потенциальных участников. Кроме того, неоправданным видится подход, ограничивающий использование сети «Интернет». В частности, как минимум допустимо извещение о возможности присоединения к групповому иску на официальных сайтах общественных организаций, осуществляющих защиту прав потребителей, а также на официальном сайте Роспотребнадзора.

**3. Возможность ведения самостоятельного процесса в случае неприсоединения к группе.** Важным изменением группового производства является то, что в случае обращения потенциального участника груп-

пы с самостоятельным иском его исковое заявление не оставляется без рассмотрения (в отличие от предыдущей редакции гл. 28<sup>2</sup> АПК РФ). Такому лицу разъясняется право на присоединение; если лицо не присоединяется к группе по каким-либо причинам, то производство по его делу приостанавливается до момента рассмотрения группового иска (ст. 225<sup>16</sup> АПК РФ и ст. 244<sup>25</sup> ГПК РФ). С одной стороны, это положение направлено на защиту прав неприсоединившихся участников группы — они не лишаются права на судебную защиту, если не хотят использовать механизм группового иска; однако, с другой стороны, складывается ситуация, при которой индивидуальный иск всегда приостанавливается до вступления в законную силу решения суда по групповому иску, а обстоятельства, установленные вступившим в законную силу решением по групповому иску, являются преюдициальными для дел, возбужденных по самостоятельным искам неприсоединившихся участников, — даже тогда, когда индивидуальный иск был предъявлен ранее группового.

На практике могут складываться ситуации, когда индивидуальный иск предъявлен, рассматривался судом длительное время, истцом формировалась доказательственная база, судом проводились дорогостоящие и сложные экспертизы, оплачивалась работа юристов, но затем из-за предъявления группового иска дело по нему было приостановлено на срок минимум 8 месяцев (в более короткий срок рассмотреть групповой иск не всегда удается) и возобновлено тогда, когда групповой иск был все-таки рассмотрен. В случае если групповой иск проигран, истцу придется опровергать обстоятельства, установленные в деле по групповому иску. Таким образом, не присоединившемуся к групповому иску лицу может потребоваться достаточно длительный срок для завершения спора по индивидуальному иску. С учетом требований разумных сроков судопроизводства решение законодателя приостанавливать производство по индивидуальному иску до завершения дела по групповому иску требует корректировки<sup>1</sup>.

В связи с этим представляется целесообразным в качестве исключения предусмотреть возможность не приостанавливать производство по индивидуальному иску, если оно возникло до предъявления группового иска.

**4. Подконтрольность истца-представителя другим участникам группы.** Исходя из действующего регулирования даже при условии замены истца-представителя заинтересованные лица по делу не смогут

<sup>1</sup> См.: Ярков В., Кудрявцева Е., Малешин Д. и др. Групповые иски в цивилистическом процессе России // Закон. 2019. № 8. С. 24–43.

оспаривать ранее произведенные заменяемым лицом процессуальные действия. Вместе с тем указанное лицо могло злоупотреблять своими полномочиями, преследуя свои личные интересы, а не интересы всей группы потребителей.

В случае злоупотребления истцом-представителем своими процессуальными правами или в случае невыполнения им своих процессуальных обязанностей суд вправе (но не обязан) наложить на него судебный штраф.

**5. Особенности исполнения решений по делам группового производства.** Очевидно, что специфику будет иметь и исполнение решений, вынесенных по итогам группового производства. В частности, возникают вопросы, какой статус приобретает представитель группы в исполнительном производстве и является взыскателем только истец-представитель группы или все члены группы.

Отсутствие прямого законодательного регулирования представляются возможными два варианта решения:

а) исходя из того, что присоединение к групповому иску допускается до начала судебных прений, а в резолютивной части решения должны быть конкретизированы выводы по требованиям всех членов группы, взыскателями в исполнительном производстве можно рассматривать всех присоединившихся к группе лиц. В данной ситуации получается, что специфика группового производства не распространяется на сферу исполнительного производства. Суду необходимо выдавать исполнительные листы каждому из участников группы, которые обозначены в вынесенном решении. Получив исполнительный лист, они предъявляют его в службу судебных приставов, а могут и не предъявлять, поскольку это предмет их волеизъявления;

б) возможно урегулировать вопросы передачи полномочий участников группы в исполнительном производстве истцу-представителю с помощью заключаемого между ними соглашения. Но такой подход маловероятен, поскольку возникает сложность в определении правового статуса такого «единого» взыскателя в исполнительном производстве. Правовым основанием для «единого» взыскателя могла бы стать специальная норма в законе по аналогии с положениями об истце-представителе, но такой нормы на данный момент нет<sup>1</sup>.

Для повышения эффективности использования группового производства для защиты прав и законных интересов больших групп потребителей на практике необходимо рассмотреть возможность законодательных изменений порядка группового производства. В част-

<sup>1</sup> См.: Малешин Д.Я. Новеллы групповых исков // Журнал российского права. 2020. № 5. С. 94–103.

ности, требуют особого внимания вопросы порядка присоединения к группе, особенности ведения самостоятельного процесса в случае неприсоединения к группе, порядок исполнения решения по групповому иску, распределение судебных расходов по групповому иску.

## § 9. АЛЬТЕРНАТИВНОЕ УРЕГУЛИРОВАНИЕ СПОРОВ С УЧАСТИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В настоящее время сложились объективные предпосылки для создания альтернативных способов разрешения споров (*Alternative Dispute Resolution, ADR*, далее — АРС), ориентированных на потребительские правоотношения. Среди таких предпосылок наиболее значимыми являются активное развитие электронной коммерции, потребность в снижении транзакционных издержек и создании быстрых и удобных механизмов защиты прав потребителей, широкое обращение к которым привело бы к снижению апатии потребителей и минимизации случаев малозначительных, но систематических правонарушений со стороны бизнеса, а также к уменьшению судебной нагрузки.

*Развитие электронной коммерции.* Наиболее остро нехватка механизмов онлайн-урегулирования споров проявляет себя в потребительских правоотношениях: по мере развития электронной торговли возрастает число жалоб потребителей по поводу онлайн-покупок товаров и услуг, ощущается потребность в сокращении издержек потребителей и государства на ведение судебной защиты нарушенных прав потребителей и затрат бизнеса на администрирование обработки и хранения претензий потребителей в документарной форме. Дистанционная продажа товаров предполагает не только специальное регулирование особенностей складывающихся при этом материально-правовых отношений, но и специальные механизмы урегулирования споров, которые также возможны в цифровой среде.

Электронная торговля предполагает и электронный порядок урегулирования претензий и разногласий ее участников, что оказывается возможным при создании онлайн-платформы, в работе которой потребитель получает возможность заявить требования к изготовителю, продавцу, импортеру, владельцу агрегатора, которые могут находиться в разных юрисдикциях<sup>1</sup>. Поскольку потребитель при-

<sup>1</sup> См.: Богустов А.А., Горохова О.Н., Доротенко Д.А. и др. Е-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей / рук. авт. кол. и отв. ред. М.А. Рожкова. М.: Статут, 2019.

обретает товар посредством сети «Интернет», можно предположить, что и разрешение возникшего в связи с этим конфликта для него будет удобнее осуществить в онлайн-формате — путем разрешения споров (*Online Dispute Resolution, ODR*, далее — ОРС).

Кроме того, сама по себе возможность разрешения претензии потребителя к продавцу онлайн способствует укреплению доверия потребителей и трейдеров к покупкам и торговле онлайн в пределах как российской юрисдикции, так и за рубежом: потребители могут решать споры с трейдерами, возникающие в результате онлайн-транзакций, простым, быстрым и недорогим способом, в то время как трейдеры избегают дорогостоящих судебных процедур и поддерживают хорошие отношения с клиентами.

*Обеспечение будущих деловых возможностей для вовлеченных сторон.* Положительный опыт урегулирования возникающих в связи с осуществлением покупок (получением услуг и т.д.) спорных ситуаций приводит к формированию доверительного отношения к трейдерам со стороны потребителей, что обеспечивает сохранение клиентской базы и положительную динамику развития отношений *B2C*. В том же случае, когда потребитель получил защиту своих интересов только в результате судебного разбирательства, едва ли можно прогнозировать его повторное обращение к соответствующему производителю, продавцу, изготовителю или положительные рекомендации другим потребителям. При этом следует учитывать, что доля удовлетворенных судами исков потребителей, например, за 2019 г. составляет 81,1%<sup>1</sup>, при такой высокой вероятности проигрыша трейдеру остается только надеяться на то, что потребитель не станет инициировать судебное разбирательство.

*Максимально возможная экономия издержек как преимущество АРС перед судебным разбирательством.* Отсутствие стимулов к инициированию судебного разбирательства против трейдера, который ненадлежащим образом исполнил свои обязательства, обычно обусловлено тем, что взысканный в результате ущерб потребителя, вероятно, будет низким, а потраченное время и судебные издержки — высокими. В связи с этим большое количество судебных дел, инициированных потребителями, наблюдается только в связи с приобретением ими товаров высокой стоимости (автомобилей, технически сложных товаров и т.д.), что стимулирует граждан на реализацию своего права на судебную защиту<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> См.: Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2019 году: государственный доклад. С. 204.

<sup>2</sup> Там же. С. 212.



Экономический анализ поведения потребителя, проведенный Европейской комиссией, показал, что рациональный гражданин избегает несения издержек, обусловленных участием в судебном разбирательстве, в том случае, если выгоды от судебного решения не будут перевешивать эти издержки<sup>1</sup>. При этом под издержками понимаются не только фактически понесенные расходы, но и ситуация неопределенности в отношении выигрыша дела или в отношении реального исполнения судебного решения<sup>2</sup>, поскольку самый большой финансовый риск потребителя заключается в потенциальном несении еще больших расходов и обязанности возмещать судебные издержки другой стороны.

Преодолеть рациональную апатию потребителя, минимизируя затраты на отстаивание его прав в судах, призвана Европейская процедура мелких исков (*the European Small Claims Procedure — ESCP*), которая предполагает судебное разбирательство по сниженной стоимости и в более короткие сроки<sup>3</sup>. Как указывают исследователи,

---

<sup>1</sup> Только 2% опрошенных потребителей, у которых возникли какие-то проблемы с приобретенным товаром, решили инициировать судебную процедуру. Четверть респондентов указали, что их ущерб был слишком мал, чтобы начать процедуру, 16% заявили, что это будет стоить им слишком больших усилий, 13% полагали, что принудительное исполнение будет слишком дорогостоящим по сравнению с их ущербом, 12% полагали, что это займет слишком много времени, чтобы обеспечить соблюдение их прав, 11% указали на сложность процедуры в качестве причины не продвигаться вперед, и 9% не знали, как действовать дальше. EUROPEAN COMMISSION, «A step forward for EU consumers: Questions & answers on Alternative Dispute Resolution and Online Dispute Resolution». 12 March 2013. P. 204 (footnote 2) [Electronic resource]. URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO\\_13\\_193](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_13_193).

<sup>2</sup> 73% опрошенных потребителей указали на финансовый риск, который может быть связан с судебным разбирательством, в качестве основной причины отказа от возбуждения дела в суде. См.: *Benohr I.* Consumer Dispute Resolution after the Lisbon Treaty: Collective Actions and Alternative Procedures // *Journal of Consumer Policy*. 36. 2013. P. 88 (footnote 10); *Weber F.* Is ADR the Superior Mechanism for Consumer Contractual Disputes? — an Assessment of the Incentivizing Effects of the ADR Directive // *Journal of Consumer Policy*. 38. 2015. P. 269 (footnote 8); *Joasia A. Luzak.* The new ADR Directive: designed to fail? A short but hole-ridden stairway to consumer justice // Centre for the Study of European Contract Law Working Paper Series. № 2015-12. P. 4 (footnote 17).

<sup>3</sup> Процедура доступна в качестве альтернативы процедурам, предусмотренным законодательством государств — членов ЕС. Решение суда, вынесенное в рамках Европейской процедуры рассмотрения мелких исков, признается и подлежит исполнению в другом государстве — члене ЕС без необходимости подачи отдельного заявления о приведении его в исполнение и без какой-либо возможности возражать против его признания. Для процедуры рассмотрения мелких исков были составлены стандартные формы, которые доступны на всех языках.

получившаяся в результате реформа Европейского потребительского судопроизводства не увенчалась успехом<sup>1</sup>, поскольку через несколько лет после ее принятия 75% опрошенных потребителей заявили, что никогда даже не слышали об этой процедуре<sup>2</sup>.

Если альтернативному урегулированию споров будут свойственны те же недостатки в виде риска несения издержек, неопределенности и низкой осведомленности, то мотивация потребителей по защите их прав едва ли станет выше. В связи с этим процедуры АРС должны быть более выгодными для потребителя, нежели судебное разбирательство, в частности, на законодательном уровне следует определить, что:

– урегулирование конфликта является бесплатным для потребителя<sup>3</sup>;

---

Для начала процедуры необходимо заполнить «форму А» и приложить к ней любые подтверждающие документы, такие как квитанции, счета-фактуры и т.д. «Форма А» должна быть направлена в суд, обладающий соответствующей юрисдикцией. После того как суд получит бланк заявления, он должен заполнить свою часть «формы ответа». В течение 14 дней с момента получения заявления суд должен вручить ответчику его копию вместе с бланком ответа. У ответчика есть 30 дней, чтобы ответить, заполнив свою часть «формы ответа». Суд обязан направить копию любого ответа истцу в течение 14 дней. В течение 30 дней с момента получения ответа ответчика (если таковой имеется) суд должен либо вынести решение по иску, либо запросить дополнительную информацию в письменной форме у любой из сторон, либо вызвать стороны на устное слушание. При проведении устного слушания нет необходимости быть представленным профессиональным адвокатом, и если суд располагает соответствующим оборудованием, то слушание должно проводиться в режиме видеоконференции или телеконференции. Вместе с сертификатом, выданным судом (который, возможно, потребует перевода на язык другого государства-члена), решение суда может быть приведено в исполнение во всех других государствах — членах ЕС без каких-либо дополнительных формальностей. Единственным основанием отказа в принудительном исполнении в другом государстве — члене ЕС может являться то обстоятельство, что такое решение противоречит другому судебному решению, вынесенному в другом государстве — члене по спору между теми же сторонами. Приведение решения в исполнение осуществляется в соответствии с национальными правилами и процедурами государства-члена, в котором оно приводится в исполнение [Электронный ресурс]. URL: [https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/solving-disputes/european-small-claims-procedure/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/solving-disputes/european-small-claims-procedure/index_en.htm).

<sup>1</sup> См.: *Joasia A. Luzak*. Op. cit. P. 4.

<sup>2</sup> См.: European Commission, Special Eurobarometer 395 «European Small Claims Procedure». April 2013. P. 64 [Electronic resource]. URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_395\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_395_en.pdf).

<sup>3</sup> Урегулирование потребительских споров, как правило, финансируется государством.

## § 9. Альтернативное урегулирование споров с участием потребителей

– какие-либо вступительные сборы для участия в АРС не могут взиматься. Например, в Италии, медиативные процедуры основаны на системе фиксированных тарифов, а для участников судебных процессов с низким доходом (до 10 тыс. евро) — бесплатны;

– устанавливается конкретный порядок несения иных расходов, в том числе на оплату услуг экспертов и специалистов, посредников и иных лиц, привлекаемых к урегулированию споров (например, покрытие таких расходов исключительно за счет средств организации, проводящей процедуру АРС, либо трейдера, но не за счет средств потребителя, в том числе в случае его проигрыша);

– в случае проигрыша дела с потребителя не могут быть взысканы расходы, произведенные иными участниками АРС.

Согласно российскому законодательству о налогах и сборах истцы по искам, связанным с нарушением прав потребителей, освобождены от уплаты государственной пошлины в случае, если цена иска не превышает 1 млн руб. (п. 2, 3 ст. 333<sup>36</sup> НК РФ). Но потребитель не освобожден от возложения на него судебных расходов выигравшей стороны, которые могут быть существенными. В этой части АРС могут иметь преимущество в сравнении с судебным разбирательством.

*Упрощение и ускорение порядка защиты.* В транзакционные издержки в широком смысле включаются также физические и временные затраты, обусловленные инициированием и участием в разбирательстве спора с трейдером. В связи с этим преимуществом АРС является установление пресекательных сроков проведения таких процедур, которые значительно меньше, нежели фактические сроки судебного рассмотрения и разрешения дел<sup>1</sup>. Кроме того, порядок возбуждения процедуры урегулирования споров должен быть простым — например, путем заполнения простой и доступной формы, размещенной в сети «Интернет»; должна быть обеспечена возможность дистанционного участия в урегулировании спора.

---

<sup>1</sup> См.: Информация о средней продолжительности судебных процедур в различных государствах — членах ЕС см.: EU Justice Scoreboard 2020: Continued improvements in efficiency and accessibility of EU justice systems, coupled with decline in the perception of judicial independence in some Member States. 10 July 2020 [Electronic resource]. URL: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/justice\\_scoreboard\\_2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/justice_scoreboard_2020_en.pdf). В Российской Федерации в 2020 г. с нарушением сроков рассмотрения дел, установленных ГПК РФ, из 236 154 потребительских споров рассмотрено 13 746 (5,8%). Из 18 138 споров с участием потребителей, которые были прекращены в 2020 г., урегулировано путем проведения процедуры медиации, судебного примирения 59 споров (0,33%).

В таком случае потребители не будут опасаться, что им придется отстаивать свою позицию, привлекая профессионального представителя, в рамках длительного и сложного разбирательства в суде, удаленном от их места жительства. Кроме того, формализм судопроизводства, предполагающий наличие хотя бы базовых юридических знаний, может стать дополнительным аргументом в пользу процедур АРС, а не суда.

В результате большее число потребителей будет отстаивать свои потребительские права, что укрепит положительную правоприменительную практику в отношении потребителей и в конечном счете будет способствовать поступательному развитию потребления, росту спроса и предложения, стимулировать товарооборот.

*Рекомендации международных организаций и надгосударственное регулирование.* В Руководящих указаниях по защите потребителей в контексте электронной торговли, принятых 9 декабря 1999 г., Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) заявила о значимости развития альтернативных процедур урегулирования потребительских споров в сфере электронной коммерции, в том числе осуществляемых онлайн<sup>1</sup>. 24 марта 2016 г. Руководящие указания после пересмотра и усовершенствования утверждены Советом ОЭСР в новой редакции в виде Рекомендации Совета по защите потребителей в сфере электронной торговли<sup>2</sup>.

На международном уровне идею ОРС продвигает, в частности, Комиссия ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ). На 49-й сессии в 2016 г. ЮНСИТРАЛ доработала и приняла Технические комментарии по урегулированию споров в режиме онлайн (далее – Технические комментарии)<sup>3</sup>. Исходя из п. 2 Технических комментариев описываемая в них процедура допускает «широкий набор подходов и форм», включающий разнообразие процедур разрешения споров и возможность участия различных независимых лиц.

Согласно Техническим комментариям процесс ОРС может состоять из следующих этапов: переговоры; облегченное урегулирование и третий (заключительный) этап. При этом наряду с самими спорящими сторонами, арбитрами и примирителями обязательным субъ-

---

<sup>1</sup> OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (1999). URL: <https://www.oecd.org/sti/consumer/34023811.pdf>

<sup>2</sup> The Recommendation of the Council on Consumer Protection in E-commerce (“the revised Recommendation”). URL: <https://www.oecd.org/sti/consumer/ECommerce-Recommendation-2016.pdf>

<sup>3</sup> Технические комментарии ЮНСИТРАЛ по урегулированию споров в режиме онлайн. UNCITRAL secretariat, Vienna International Centre. Vienna, 2017. URL: Интернет: [www.uncitral.org](http://www.uncitral.org).

ектом ОРС становится администратор технологической платформы, на которой осуществляются процедуры онлайн-разбирательства споров и стороны могут взаимодействовать друг с другом. Наличие платформы отличает онлайн-разбирательство от проведения классических примирительных процедур с использованием информационных технологий. Процедура ОРС требует наличия системы для подготовки, отправления, получения, хранения, обмена или иной обработки сообщений таким образом, чтобы обеспечить безопасность и сохранность данных.

Технические комментарии ЮНСИТРАЛ не исключают распространение их положений как на коммерческие, так и на потребительские споры. Это объясняется стремительно увеличивающейся практикой онлайн-торговли, значительный удельный вес в рамках которой имеет приобретение товаров в сети «Интернет» именно в потребительских целях.

В течение последних лет в европейской юриспруденции также был предпринят ряд регулятивных попыток создать благоприятные условия для проведения урегулирования именно потребительских споров. Помимо Директивы № 2008/52/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского союза от 21 мая 2008 г. «О некоторых аспектах посредничества (медиации) в гражданских и коммерческих делах»<sup>1</sup> были приняты документы, специально посвященные потребительским спорам: Регламент (ЕС) № 524/2013 Европейского парламента и Совета ЕС от 21 мая 2013 г. «Об онлайн-урегулировании споров с участием потребителей и об изменении Регламента (ЕС) № 2006/2004 и Директивы № 2009/22/ЕС» и Директива № 2013/11/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС от 21 мая 2013 г. «Об альтернативном урегулировании споров с участием потребителей и об изменении Регламента (ЕС) № 2006/2004 и Директивы № 2009/22/ЕС»<sup>2</sup>.

Регламентом установлена обязанность создания в каждом государстве — члене Европейского союза «контактных пунктов», бес-

<sup>1</sup> Directive 2008/52/EC of the European Parliament and of the Council of 21 May 2008 on certain aspects of mediation in civil and commercial matters. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32008L0052>

<sup>2</sup> Regulation (EU) № 524/2013 of the European Parliament and the Council of 21 May 2013 on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) № 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32013R0524>); Directive 2013/11/EU of the European Parliament and the Council of 21 May 2013 on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) № 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32013L0011>).

печивающих поддержку рассмотрения споров в режиме онлайн, а также предусмотрены положения об особенностях обработки персональных данных, конфиденциальности и защите информации. Созданная в соответствии с Регламентом платформа ОРС<sup>1</sup> начала функционировать в январе 2016 г. Оператором платформы ОРС выступает Европейская комиссия, урегулированию споров на данной платформе содействуют независимые посредники, соответствующие требованиям Директивы. При этом на поставщиков (товаров и услуг) возлагается обязанность информировать потребителей о возможности использовать платформы ОРС для разрешения споров. Со своей стороны государства — члены Европейского союза должны оценивать соответствие организаций, осуществляющих альтернативное разрешение споров, требованиям Регламента. Платформа разрешения споров бесплатна для потребителей, а Еврокомиссия несет ответственность за ее создание и надлежащее функционирование.

*Зарубежный опыт формирования специальных механизмов урегулирования потребительских споров.* В таких странах, как Бельгия, Бразилия, Германия, Италия, Франция и др., существуют специальные механизмы урегулирования потребительских споров, которые, как правило, предполагают возможность личного, а также электронного взаимодействия участников конфликта с привлечением третьей нейтральной стороны либо путем непосредственного ведения переговоров.

**Нормы об альтернативном урегулировании потребительских споров в системе законодательства.** В Российской Федерации в настоящее время рассматривается проект федерального закона № 1138398-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» в части создания правовой основы для развития системы альтернативных онлайн-механизмов урегулирования споров», внесенный Правительством РФ и принятый в первом чтении 26 мая 2021 г. (далее — законопроект № 1138398-7)<sup>2</sup>.

В целом отношения, связанные с применением процедуры медиации, урегулированы Федеральным законом от 27 июля 2010 г. № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)», который ориентирован на добровольное привлечение медиатора обеими сторонами конфликта за их счет как на досудебной стадии, так и в рамках начавшегося судебного разбирательства. Кроме того, в ГПК РФ преду-

<sup>1</sup> <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.complaints.screeningphase>.

<sup>2</sup> URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1138398-7>.

смотрена возможность бесплатно обратиться к судебному примирителю — судье в отставке в целях проведения примирительной процедуры (ст. 153<sup>6</sup>). Закон о защите прав потребителей не содержит норм об урегулировании потребительских споров.

Отсутствие специальной правовой основы для урегулирования споров с участием потребителей препятствует эффективной защите их прав и не характерно для зарубежных правовых порядков.

В странах, где законодательство о защите прав потребителей кодифицировано, положения о специальных механизмах АРС предусмотрены в виде самостоятельных разделов потребительских кодексов. Так, книга XVI Кодекса экономического права Бельгии регламентирует процедуру внесудебного урегулирования потребительских споров. Кроме того, институт внесудебной медиации регулируется ст. 1724–1733 Судебного кодекса (Code Judiciaire 1967 г.), по отношению к которым нормы книги XVI Кодекса экономического права являются специальными.

Потребительский кодекс Франции в книге VI устанавливает особенности урегулирования споров с участием потребителей, а в книге VII — порядок урегулирования ситуаций чрезмерной задолженности (банкротства). Медиация по потребительским спорам регулируется также Законом Франции № 95-125 от 8 февраля 1995 г. «Об организации судов, а также гражданского, уголовного и административного судопроизводства»<sup>1</sup> в части, не противоречащей Потребительскому кодексу.

Титул II «Заявление о наложении судебного запрета и доступ к правосудию» Потребительского кодекса Италии включает нормы о внесудебном урегулировании споров (ст. 141) и предполагает обязательное проведение процедуры медиации как предварительного условия для подачи исков по большинству гражданских дел.

В Бразилии функционирует платформа *Consumidor.gov.br*, на базе которой осуществляется онлайн-разрешение потребительских споров в силу положений п. V ст. 4 Кодекса защиты прав потребителей Бразилии, а также ст. 7 Декрета 7.963/2013<sup>2</sup>.

В ряде стран, где потребительское законодательство не кодифицировано, АРС урегулировано в самостоятельном нормативном правовом акте. Например, в Германии действует Закон от 19 февраля 2016 г. «Об урегулировании потребительских споров» (*Verbraucherstr*

<sup>1</sup> См.: Loi № 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative [Electronic resource]. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000350926&idSectionTA=LEGISCTA000006119477&dateTexte=&categorieLien=cid>.

<sup>2</sup> URL: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7963.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7963.htm).



*eitbeilegungsgesetz, VSBG*)<sup>1</sup>, который направлен на реализацию Директивы ЕС № 2013/11/ЕС от 21 мая 2013 г. «Об альтернативном урегулировании споров с участием потребителей».

В Великобритании указанная Директива ЕС была имплементирована посредством разработки и принятия Регламента альтернативного урегулирования споров с участием потребителей от 16 марта 2015 г. № 542 (*the Alternative Dispute Resolution for Consumer Disputes (Competent Authorities and Information) Regulations 2015*)<sup>2</sup>.

Представляется, что нормы об урегулировании потребительских споров, учитывающие особенности складывающихся при этом правоотношений, участником которых является слабая сторона, следует закрепить не в законе общего характера, регулирующем альтернативное урегулирование споров в целом, а в законодательстве о защите прав потребителей. Кроме того, зарубежное законодательство демонстрирует единство в вопросе создания и функционирования онлайн-механизмов урегулирования потребительских споров, что предопределяет особенности субъектного состава и порядка проведения таких процедур, которые следует отразить в рамках специального правового регулирования.

**Организационные основы альтернативного урегулирования потребительских споров.** Альтернативное урегулирование потребительских споров может проходить как в онлайн-, так и в офлайн-формате, зарубежное законодательство демонстрирует наличие обеих форм. В целом требования, предъявляемые к таким процедурам, аналогичны, но и та, и другая форма предполагают создание специализированных организаций, администрирующих проведение примирительных процедур.

В Германии с 2016 г. действуют специальные арбитражные советы по защите прав потребителей (*Verbraucherschlichtungsstelle*), работа которых координируется Федеральным управлением юстиции (*Bundesamt für Justiz, BfJ*)<sup>3</sup>. В настоящее время их 27. В полномочия Управления входят предварительная и текущая проверка арбитражных советов на их соответствие требованиям законодательства и предоставление раз в четыре года отчетов об их работе Европейской

<sup>1</sup> URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/vsbg/index.html>.

<sup>2</sup> URL: <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2015/542/contents/made>.

<sup>3</sup> Список специальных арбитражных советов (Liste der Verbraucherschlichtungsstellen gemäß § 33 Absatz 1 des Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes (VSBG). Stand: 12. Mai 2021) можно посмотреть на официальном правительственном сайте: [https://www.bundesjustizamt.de/DE/SharedDocs/Publikationen/Verbraucherschutz/Liste\\_Verbraucherschlichtungsstellen.html](https://www.bundesjustizamt.de/DE/SharedDocs/Publikationen/Verbraucherschutz/Liste_Verbraucherschlichtungsstellen.html).

комиссии<sup>1</sup>. Каждый арбитражный совет имеет определенную специализацию на каких-либо категориях споров, связанных:

- с вопросами продажи/покупки энергии;
- с участием банков и иных кредитных учреждений;
- со страховыми компаниями;
- с юридическими компаниями;
- с фирмами, которые обслуживают общественный транспорт;
- с компаниями по телекоммуникациям и интернет-продажам.

В городе Кель функционирует Универсальная арбитражная комиссия (*Universalschlichtungsstelle des Bundes*), которая может рассматривать любые споры потребителей и продавцов (изготовителей) товаров и услуг и с 2020 г. получила статус Федерального общего арбитражного совета по потребительским спорам в Германии.

Арбитражные советы — это профессиональные организации, где работают тщательно подобранные сотрудники. Их квалификация и независимость, нейтральность в разрешении споров становятся серьезным аргументом для компании — ответчика по спору: если эксперт признает, что требования справедливы, то смысл длительного судебного рассмотрения теряется. Кроме того, публичный судебный процесс — это неоправданно высокие репутационные, временные и денежные потери. В связи с этим большинство компаний публикуют на сайтах или в своих официальных пресс-релизах сведения о том, что они готовы принимать участие в спорах с потребителями в рамках арбитражных советов.

В Бельгии функционирует независимый орган, к компетенции которого относится внесудебное урегулирование споров с участием потребителей, — Служба медиации для потребителей (ст. XVI.5 Кодекса экономического права Бельгии). Основными задачами Службы являются информирование потребителей и лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, об их правах и обязанностях, в том числе о возможностях альтернативного урегулирования потребительских споров, а также рассмотрение просьб о внесудебном урегулировании споров. Статья XVI.15 Кодекса обязывает Службу принимать любые жалобы от потребителей, при этом если рассмотрение спора относится к компетенции другого органа, то спор передается на его рассмотрение, о чем сообщается потребителю.

---

<sup>1</sup> См.: Отчет 2018 г. (Verbraucherschlichtungsbericht 2018. Stand: 9. Juli 2018) [Electronic resource]. URL: [https://www.bundesjustizamt.de/DE/Themen/Buergerdienste/Verbraucherstreitbeilegung/Verbraucherschlichtungsbericht/Verbraucherschlichtungsbericht\\_node.html](https://www.bundesjustizamt.de/DE/Themen/Buergerdienste/Verbraucherstreitbeilegung/Verbraucherschlichtungsbericht/Verbraucherschlichtungsbericht_node.html).

Создание онлайн-платформы урегулирования споров с участием потребителей. Урегулирование потребительских споров онлайн доступно во всех европейских странах в силу создания онлайн-платформы для разрешения споров с потребителями в рамках ЕС, о чем уже говорилось. Платформа с удобным и простым интерфейсом позволяет урегулировать возникающие в рамках интернет-торговли конфликты путем непосредственного обращения к продавцу либо путем инициирования процедуры по урегулированию спора с помощью посредника<sup>1</sup>. Перечень одобренных организаций, оказывающих посреднические услуги, размещен на портале, там же содержится информация о стоимости и сроках таких услуг, порядке ведения примирительных процедур<sup>2</sup>. Как правило, потребитель освобождается от уплаты расходов, возникающих в связи с проведением урегулирования.

Действующая с 2014 г. в Бразилии платформа *Consumidor.gov.br* во многом схожа с европейским аналогом, но является более востребованной (за последние два года было подано 800 тыс. жалоб по сравнению с 60 тыс. в ЕС, продавцы реагируют почти на 100% жалоб, большинство потребителей указывают, что с помощью платформы их жалобы были урегулированы). Эта платформа позволяет клиентам напрямую общаться с трейдерами, которые решили принять участие в инициативе, взяв на себя обязательство получать, анализировать и отвечать на любые жалобы потребителей в течение 10 дней. Таким образом, *Consumidor.gov.br* предоставляет возможность быстрого, учитывающего потребности обеих сторон урегулирования конфликтов, связанных с потребительскими отношениями в сети «Интернет». Одним из недостатков *Consumidor.gov.br* является относительно низкая степень осведомленности потребителей о платформе.

В качестве основных задач платформы указываются:

- а) расширение обслуживания клиентов;
- б) стимулирование конкурентоспособности путем улучшения качества продукции, услуг и отношений между потребителями и компаниями;
- в) совершенствование политики по предотвращению поведения, нарушающего права потребителей;
- г) сокращение числа дел, поступающих в судебные органы.

На сайте платформы размещены по соответствующим сегментам рынка все подключенные компании, среднее время рассмотрения

<sup>1</sup> URL: [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/resolve-your-consumer-complaint\\_en](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/resolve-your-consumer-complaint_en).

<sup>2</sup> URL: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2>.

ими жалоб, количество и процент удовлетворенных жалоб, отзывы потребителей и ряд другой информации. База данных содержит 36 сегментов рынка и 483 компании. 44,16% жалоб, т.е. почти половина, относятся к деятельности операторов связи (телефонная связь, Интернет, телевидение). Два других значительных сегмента — это финансовые организации (21,43% жалоб) и различные базы данных, содержащие информацию о потребителях (12,03% жалоб)<sup>1</sup>.

Алгоритм урегулирования конфликта следующий: потребитель регистрируется в системе и проверяет, что соответствующая компания также зарегистрирована в системе; затем потребитель заполняет размещенную на платформе форму жалобы с возможностью приложения необходимых документов и регистрирует ее в системе; в течение 10 дней компания обязана ответить потребителю по его жалобе; в течение 20 дней потребитель имеет право сделать пометку в системе, была ли его жалоба разрешена или нет, указать уровень своей удовлетворенности полученной услугой, поставив оценку от 1 до 5, и оставить комментарии. В случае недостижения урегулирования конфликта через платформу потребитель может напрямую обратиться к традиционным каналам обслуживания *Procon* (фонды защиты прав потребителей) или в Департамент охраны и защиты прав потребителей, прокуратуру, суд, а также в другие органы Национальной системы защиты прав потребителей.

В Российской Федерации онлайн-платформа, с помощью которой можно было бы урегулировать споры с участием потребителей (далее — платформа ОРС), в настоящее время отсутствует. Создание сервиса, функционирующего на портале госуслуг, аналогичного по функционалу платформе ОРС, предусматривается вышеуказанным законопроектом № 1138398-7 об альтернативных онлайн-механизмах урегулирования споров<sup>2</sup>. Это могло бы упростить защиту потребительских прав и в целом сыграть превентивную роль в отношении допущений со стороны бизнеса малозначительных нарушений, рассчитанных на бездействие со стороны потребителя.

<sup>1</sup> В среднем продавцам понадобилось 6,39 дня для ответа на претензию, а по жалобам в связи с покупками, совершенными онлайн, ответ был дан в среднем в течение 5,31 дня.

<sup>2</sup> Онлайн-платформа разрешения споров (по терминологии законопроекта — онлайн-сервис урегулирования споров в сфере защиты прав потребителей) представляет собой электронный сервис единого портала государственных и муниципальных услуг, обеспечивающий процесс предъявления, рассмотрения и удовлетворения требований потребителей, связанных с продажей товаров (выполнением работ, оказанием услуг) с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В целях повышения доверия со стороны потребителей и продавцов, а также создания условий для соблюдения их прав могут быть предусмотрены процедура получения лицензии (или «знака качества») оператором платформы, отвечающей установленным законодательством требованиям, и размещение информации о таких одобренных платформах на официальных сайтах государственных органов (Минюста России, Роспотребнадзора, судов).

Такая платформа ОРС может поддерживать функции, позволяющие урегулировать спор сторонами самостоятельно, а также функции привлечения третьего лица для урегулирования споров, которое не является оператором платформы. В частности, в зависимости от набора поддерживаемых платформой опций сторонам спора должны быть доступны:

- возможность заполнения бланка жалобы и подачи жалобы в электронной форме с фиксированием даты и времени такой подачи;
- информирование стороны-ответчика о жалобе и возможность заполнения бланка ответа, содержащего предложения по урегулированию спора, с фиксированием даты и времени такого ответа;
- возможность выбора лица, компетентного предоставить услуги по урегулированию споров, из списка, размещенного на веб-сайте платформы;
- возможность проведения процедуры урегулирования споров в режиме онлайн с участием посредника;
- возможность привлечения иных лиц — специалистов, экспертов;
- содержание материалов, которыми обменивались участники ОРС, возможность их скачивания и сохранения;
- обратная связь, которая позволит сторонам высказать свое мнение о функционировании платформы ОРС, и др.

На данный момент очевидно необходимость использования уже существующей инфраструктуры ОРС, которая состоит из онлайн-платформ, принадлежащих участникам рынка (например, товарным агрегаторам). При этом такие платформы должны соответствовать требованиям законодательства, предусматривать надежные механизмы аутентификации сторон спора (например, посредством Единой системы идентификации и аутентификации, биометрической идентификации), обеспечивать защиту конфиденциальности сторон, в том числе сохранение коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны, а также защиту персональных данных.

Услуги онлайн-платформы должны предоставляться бесплатно (возможно, по номинальной цене), в противном случае ни потребитель, ни трейдер не будут заинтересованы в использовании таких механизмов.

Следует предусмотреть и другие правовые и экономические стимулы для использования платформ компаниями, например такие, как введение обязанности информирования потребителя о возможности обращения к онлайн-платформам в случае возникновения спора; установление обязанности при поступлении претензии через онлайн-платформу ответить на такую претензию также посредством соответствующей платформы; освобождение от штрафа, который взыскивается в судебном порядке при удовлетворении требования потребителя; возложение судебных расходов на продавца вне зависимости от исхода дела в случае, если он не ответил на жалобу потребителя, направленную через онлайн-платформу, и уклонился от урегулирования спора; наложение дополнительных штрафов за несоблюдение достигнутых договоренностей, имеющих обязательную силу для сторон.

Помимо платформ ОРС, функционирующих при поддержке государства, частными компаниями также создаются сервисы, позволяющие урегулировать споры онлайн. Так, в настоящее время известно несколько успешных онлайн-платформ разрешения споров, например *eBay*, *Amazon*, *PayPal*, *Kleros*, *JUR*, *Aragon Network Jurity*, *OpenCourt*, *OpenBazaar*. Во многих ключевых аспектах эти приложения схожи, но в условиях конкуренции их разработчики заявляют об уникальных стратегиях, различных уровнях правовой защиты и специализированных трибуналах.

Крупными интернет-посредниками было выявлено, что предоставление потребителям онлайн-механизма урегулирования их споров, вне зависимости от результата такого урегулирования, повышает доверие покупателей и может обеспечить ценное преимущество на рынке<sup>1</sup>, поэтому обеспечение наилучшей возможной защиты прав потребителей имеет первостепенное значение для развития бизнеса.

Успешным примером онлайн-площадки для разрешения споров с участием потребителей является *eBay*, позволяющий покупателям и продавцам урегулировать конфликты, прежде чем обращаться с жалобой к самому *eBay* — в Центр разрешения споров.

*eBay* предлагает алгоритмы действий покупателя и продавца в зависимости от возникшей проблемы. Например, в разделе для покупателя предусмотрены опции: «Я еще не получил товар» или «Я получил товар, который не соответствует описанию»; продавец может выбрать из опций: «Я еще не получил оплату товара» или «Мне нуж-

---

<sup>1</sup> См.: Amy J. Schmitz and Colin Rule. The New Handshake: Where We Are Now // International Journal on Online Dispute Resolution. 2016. No. 2. P. 85.

но отменить транзакцию». Если продавец не предлагает решение проблемы или покупателя оно не устраивает, у него есть 30 дней, чтобы обратиться в Центр разрешения споров *eBay* для оказания содействия в урегулировании конфликта. В этом случае *eBay* рассматривает жалобу и принимает решение в течение 48 часов, которое может быть обжаловано в течение 30 дней<sup>1</sup>.

В то же время *eBay* предпринимает меры, гарантирующие защиту интересов не только потребителей, но и продавцов, реализующих свои товары на платформе, например в тех ситуациях, когда продавец не может контролировать процесс доставки товара, повреждения и (или) открытия упаковки товара при возврате его покупателем, отказа покупателя оплачивать товар и т.д. Вместе с тем проведенные по этому вопросу исследования показали, что 51% опрошенных продавцов выразили неудовлетворенность по поводу политики *eBay* в части защиты их прав<sup>2</sup>.

Основная проблема, с которой сталкиваются продавцы, касается нарушения баланса интересов покупателя и продавца ввиду чрезмерных гарантий возврата денежных средств покупателям. Так, политика *eBay* способствует злоупотреблению покупателями предоставленными им правами при возврате товара, якобы не соответствующего описанию, дефектного или товара, бывшего в употреблении<sup>3</sup>. Более того, возврат денежных средств иногда производится до того, как продавец фактически получил товар, а также в том случае, когда продавец отправил обратно использованный, поврежденный или даже совершенно другой товар.

Другая проблема носит процедурный характер и заключается в несоблюдении потребителем стадии переговоров с продавцом и обращении непосредственно к Центру разрешения споров *eBay*. В результате *eBay* может осуществить автоматический возврат денежных

---

<sup>1</sup> Центр разрешения споров eBay [Электронный ресурс]. URL: <https://resolutioncenter.ebay.com>.

<sup>2</sup> См.: *Luca Dal Pubel*. eBay dispute resolution and revolution: an investigation on a successful ODR model // Conference: Collaborative Economy: Challenges & Opportunities. July 2018 [Electronic resource]. URL: [https://www.researchgate.net/publication/330181756\\_E-BAY\\_DISPUTE\\_RESOLUTION\\_AND\\_REVOLUTION\\_AN\\_INVESTIGATION\\_ON\\_A\\_SUCCESSFUL\\_ODR\\_MODEL](https://www.researchgate.net/publication/330181756_E-BAY_DISPUTE_RESOLUTION_AND_REVOLUTION_AN_INVESTIGATION_ON_A_SUCCESSFUL_ODR_MODEL).

<sup>3</sup> Так, в одном из комментариев продавца указывалось: «Я продал пару туфель Prada, которые были в отличном состоянии. Когда покупатель получил их, он заявил, что они были дефектными. Против меня было возбуждено дело. Покупатель присылает мне пару туфель, похожих, но не таких же, как те, которые я отправил. [...] *eBay* вернул деньги покупателю, а также взял с меня плату за обратную доставку». Другой продавец утверждает, что «политика *eBay* несправедлива по отношению к продавцам и позволяет недобросовестным покупателям легко обмануть их».



средств без учета позиции продавца и имеющихся у него доказательств. Подобное игнорирование стадии переговоров приводит к ущемлению прав продавца.

Указанные проблемы особенно значимы для отношений С2С, которые также охватываются потребительским законодательством, но, очевидно, имеют свои особенности, обусловленные тем, что обе стороны не являются профессиональными участниками гражданского оборота.

**Принципы урегулирования потребительских споров.** Принципы урегулирования потребительских споров в целом совпадают с принципами проведения процедуры медиации, которая предполагает добровольность, конфиденциальность, сотрудничество и равноправие сторон, беспристрастность и независимость медиатора. Вместе с тем с учетом того, что участником потребительского конфликта является заведомо более слабая сторона, требуется установить на законодательном уровне дополнительные гарантии беспрепятственной реализации его прав.

*Добровольность.* Любые инициативы, касающиеся альтернативных методов рассмотрения споров (в том числе платформ ОРС), должны четко и однозначно предусматривать добровольность использования соответствующих институтов, платформ и инструментов потребителями.

Зарубежным правопорядкам известны примеры законодательно закрепления обязательной медиации по ряду гражданско-правовых споров, в том числе с участием потребителей. Например, итальянский законодатель закрепил требование об обязательном проведении процедуры медиации как предварительного условия для подачи исков по большинству гражданских дел<sup>1</sup>. Кроме того, судей наделили правом по своему усмотрению санкционировать использование медиации в качестве предварительного условия принятия искового заявления. Требование об обязательной процедуре медиации заключалось в том, что истец приглашает ответчика на информационную встречу с уполномоченным медиатором. Стороны могут принять участие в процедуре медиации или же отказаться от участия

---

<sup>1</sup> Был принят Законодательный декрет Итальянской Республики от 4 марта 2010 г. № 28 «О медиации в гражданских и торговых делах» (Decreto legislativo 4 marzo 2010 N 28 «Attuazione dell'articolo 60 della [HYPERLINK "https://www.altalex.com/documents/leggi/2012/10/11/collegato-competitivita-in-gazzetta-la-riforma-del-processo-civile"](https://www.altalex.com/documents/leggi/2012/10/11/collegato-competitivita-in-gazzetta-la-riforma-del-processo-civile) legge 18 giugno 2009, No. 69, in materia di mediazione finalizzata alla conciliazione delle controversie civili e commerciali». URL: [https://www.giustizia.it/giustizia/it/mg\\_1\\_2\\_1.page?contentId=SAN92842&previousPage=mg\\_1\\_2\\_1](https://www.giustizia.it/giustizia/it/mg_1_2_1.page?contentId=SAN92842&previousPage=mg_1_2_1)), который регулирует порядок внесудебного урегулирования споров.

в такой встрече, при этом оплатив услуги медиатора, и сразу обратиться в суд.

Обязательная медиация в Италии вводилась с целью повышения осведомленности сторон о возможностях альтернативного урегулирования споров и внедрения культуры добровольного обращения к механизмам АРС. С момента введения обязательной медиации число проведенных процедур резко возросло с нескольких сотен в год до более 300 000 дел в год. Однако этот механизм встретил серьезные препятствия со стороны истцов. После полутора лет действия обязательной медиации Конституционный суд Италии объявил Законодательный декрет от 4 марта 2010 г. № 28 «О медиации в гражданских и торговых делах» неконституционным<sup>1</sup>, однако это решение основывалось на процедурном дефекте, допущенном при принятии рассматриваемого нормативного акта, — Законодательный декрет был введен в действие Правительством Италии без принятия статута, требуемого Парламентом.

В результате признания Законодательного декрета противоречащим Конституции Италии истцы получили возможность выбора между медиацией или непосредственным обращением в суд, в связи с чем количество проведенных медиативных процедур резко сократилось. Стремясь вновь поощрить использование медиации менее чем через год после признания Законодательного декрета неконституционным итальянский законодатель восстановил и даже укрепил использование процедуры обязательной медиации, приняв Законодательный декрет «О срочных мерах для возрождения экономики» от 21 июня 2013 г. № 69/2013<sup>2</sup>.

Вместе с тем опыт Италии является скорее исключением. В зарубежном законодательстве, как правило, прямо установлен запрет на оговорки или соглашения, обязывающее потребителя в случае возникновения спора прибегнуть к посредничеству до обращения в суд (ст. L612-4 Потребительского кодекса Франции, § 5 Закона об урегулировании потребительских споров Германии).

В то же время в условиях необходимости популяризации процедур урегулирования споров представляется возможным создать механизмы, позволяющие сделать такое урегулирование обязательным для продавца в случае волеизъявления на использование онлайн-плат-

<sup>1</sup> La sentenza della Corte costituzionale del 6 dicembre 2012, n. 272. URL: <https://www.cortecostituzionale.it/actionSchedaPronuncia.do?anno=2012&numero=272>

<sup>2</sup> Decreto-Legge 21 giugno 2013, n. 69 «Disposizioni urgenti per il rilancio dell'economia». URL: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legge:2013-06-21;69!vig>

формы урегулирования спора со стороны потребителя. Так, § 13 Закона об урегулировании потребительских споров Германии допускает окончание процедуры урегулирования спора, когда потребитель отзывает свое заявление или возражает против дальнейшего осуществления процедуры. Если же потребитель заявляет, что он не хочет участвовать в процедуре урегулирования спора или не хочет продолжать ее, посредник прекращает процедуру, только если иное не установлено законодательством, уставами или соглашением сторон.

*Прозрачность.* Информация об АРС должна быть доступна для общественности, в том числе путем ее размещения на веб-сайтах. В частности, повышению доверия со стороны потребителей и продавцов может способствовать раскрытие следующей информации:

- о лицах, являющихся операторами онлайн-платформы и отвечающих за ее функционирование;
- перечень и информация о посредниках (их образование, опыт работы и др.), а также экспертах, специалистах, которые могут быть привлечены для урегулирования конфликта;
- процессуальные нормы, регулирующие разрешение спора;
- возможность выхода из процедуры;
- расходы, если таковые имеются, которые должны нести стороны;
- средняя продолжительность процедуры АРС;
- правовые последствия результатов процедуры АРС;
- количество и категории рассмотренных споров;
- любые систематические или существенные проблемы, которые часто возникают и приводят к спорам между потребителями и трейдерами;
- процентные доли решений в пользу потребителя и в пользу трейдера и споров, разрешенных с помощью мирового соглашения; и др.

Размещение данной информации предусмотрено ст. 9 Регламента ЕС № 524/2013 от 21 мая 2013 г. «Об урегулировании споров с участием потребителей онлайн», более подробное регулирование устанавливается на уровне законодательства государств — членов ЕС. Регламентом также предусматривается формирование ежегодных отчетов о деятельности организации, администрирующей онлайн-платформу, что дополнительно упрощает расчет потребителем своих шансов на успешное разрешение возникшего конфликта.

Кроме того, для некоторых потребителей справедливость состоит не только в том, чтобы быть признанными правыми в одном споре, а чтобы определенные виды практики контролировались и запрещались, а широкая общественность была защищена от них. Для таких потребителей важны справедливый исход спора и его влияние не

только на поведение профессиональных сторон по отношению к ним в данный момент, но и на их будущее поведение по отношению к другим потребителям. В связи с этим обязательным представляется нормативное определение подробного перечня информации, которая должна размещаться в открытых для общественности отчетах о результатах работы ОРС.

Российским законопроектом № 1138398-7 об альтернативных онлайн-механизмах урегулирования споров предусматривается право, но не обязанность продавца информировать потребителя о возможности урегулировать спор с помощью онлайн-сервиса, вместе с тем полагаем, что необходимо закрепить такую обязанность, поскольку:

1) предлагаемый онлайн-сервис будет применяться только в отношении споров из договоров, связанных с продажей товаров (выполнением работ, оказанием услуг) с использованием сети «Интернет». Исходя из того, что продавец уже ориентирован на электронную коммуникацию, рассмотрение претензий потребителя онлайн не будет создавать какие-либо обременения для продавца и выступать нарушением его прав;

2) потребитель может не знать о возможностях альтернативного урегулирования споров, вместе с тем он приобретает товар посредством сети «Интернет», в связи с чем можно предположить, что и разрешение возникшего конфликта для него будет удобнее осуществить через онлайн-сервис.

Такой подход применяется в Европейском союзе: для повышения осведомленности потребителей продавцы должны размещать на своих веб-сайтах электронную ссылку на платформу урегулирования споров (п. 30 Регламента).

В законодательстве стран — участниц ЕС данная обязанность продавца конкретизирована. Например, в Регламенте альтернативного урегулирования споров с участием потребителей Великобритании 2015 г. № 542 установлена обязанность продавцов использовать механизмы АРС в случаях, предусмотренных законом либо правилами торговой ассоциации, к которой принадлежит продавец. При этом продавец обязан разместить название и адрес веб-сайта организации АРС на своем веб-сайте либо, если у него отсутствует веб-сайт, указать на это в общих условиях договоров купли-продажи или обслуживания между продавцом и потребителем (ст. 19 Регламента).

*Осведомленность потребителей.* Потребители могут не знать о возможностях альтернативного урегулирования споров или не доверять таким механизмам. Если судебная практика традиционно находится в открытом доступе и потребители, по крайней мере поверх-

ностно, могут быть осведомлены о ее преимуществах и недостатках, то в отношении АРС такая информация отсутствует, в связи с чем требуется повышение потребительской осведомленности. Например, продавец обязательно должен информировать потребителя об АРС и его преимуществах по сравнению с судебным разбирательством и нести ответственность за непредоставление такой информации. Кроме того, информация о возможностях альтернативного урегулирования споров и функционировании специальных онлайн-платформ должна быть размещена на публичных информационных ресурсах: на сайте Роспотребнадзора, Минюста, судов.

Так, статья XVI.2 Кодекса экономического права Бельгии обязывает лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, обеспечить потребителям возможность обращаться к ним с жалобами напрямую. Статья XVI.3 Кодекса обязывает трейдеров рассматривать жалобы потребителей в кратчайшие сроки и предпринимать необходимые меры для их удовлетворительного разрешения. В случае если решение не может быть принято в разумные сроки, потребитель должен быть проинформирован о наличии возможности прибегнуть к внесудебному урегулированию спора (ст. XVI.3).

*Беспристрастность и независимость.* Для того чтобы система АРС была воспринята потребителем в качестве достойной альтернативы судебному правоприменению, потребители должны оценивать ее как справедливую. В связи с этим к лицам, которые могут выступать посредниками урегулирования спора, должны предъявляться определенные требования, свидетельствующие об их компетентности. Так, ст. L613-1 Потребительского кодекса Франции требует от посредника обладать навыками в области медиации, а также хорошими юридическими знаниями, особенно в области потребления; назначения на должность минимум на три года; получать вознаграждение без учета результатов посредничества; не входить в ситуации конфликта интересов и при необходимости сообщать об этом.

Аналогичные правила содержатся в § 6 Закона об урегулировании потребительских споров Германии, согласно которому посредник должен обладать правовыми знаниями, в частности, в области потребительского права, специальными знаниями и навыками, необходимыми для разрешения споров в пределах юрисдикции арбитражного совета потребителей. § 7 Закона и ряд иных норм устанавливают гарантии независимости и беспристрастности посредников.

**Процедура урегулирования потребительских споров.** На законодательном уровне требуется закрепить *базовые требования* к процедурам урегулирования потребительских споров. Сами же правила урегулирования споров с использованием платформы онлайн-урегулирова-

ния споров должны устанавливаться оператором такой платформы с учетом требований законодательства и находиться в открытом доступе. Такой подход применяется во многих зарубежных странах.

Наиболее оптимальным представляется установление следующей процедуры онлайн урегулирования спора:

*1. Подача претензии.* Первым этапом выступает подача претензии (жалобы) потребителем продавцу, который по результатам ее рассмотрения предлагает возможные варианты урегулирования конфликта. Такая подача и ответ на претензию могут осуществляться путем заполнения размещенных на сайте форм.

Создание эффективных правил претензионной работы предполагает короткие и унифицированные сроки рассмотрения жалоб и введение обязанности рассмотреть претензию потребителя. В настоящее время такое единое регулирование отсутствует: в Законе о защите прав потребителей установлен, как правило, 10-дневный срок рассмотрения обращения потребителя (ст. 22, п. 4 ст. 23<sup>1</sup>, п. 4 ст. 26<sup>1</sup>, ст. 31). В ряде отраслевых законов подобные сроки носят более продолжительный характер, что показано в следующей таблице.

Федеральный закон от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» (п. 21 ст. 12, п. 1 ст. 16.1)	Установлены сроки в 20 или 30 календарных дней, за исключением нерабочих праздничных дней
Федеральный закон от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» (ч. 8 ст. 9)	Установлены сроки в 30 и 60 (при трансграничном переводе) дней
Федеральный закон от 17 июля 1999 г. № 176-ФЗ «О почтовой связи» (ст. 37)	На претензии по почтовым отправлениям и почтовым переводам денежных средств, пересылаемых (переводимых) в пределах одного населенного пункта, — 5 дней; на претензии по всем другим почтовым отправлениям и почтовым переводам денежных средств — 30 дней
Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ст. 10)	Установлен срок в 10 дней с момента предъявления претензии

В связи с этим следует закрепить в законодательстве о защите прав потребителей сроки на рассмотрение претензий потребителей, которые не могут быть увеличены в отраслевом законодательстве.

Кроме того, разрешения на законодательном уровне требует вопрос об обязательности предварительной подачи претензий. Например, в Германии посредник отказывается проводить процедуру разрешения спора, если спорное требование ранее не было предъявлено ответчику (§ 14 Закона об урегулировании потребительских споров). Непредъявление претензии напрямую к продавцу рассматривается как основание для отказа в принятии жалобы органами урегулирования споров в рамках ЕС<sup>1</sup>.

Вместе с тем предварительная подача и рассмотрение претензии также занимают некоторое время (порой существенное) и могут быть не вполне удобными для потребителя (например, подача претензии только в бумажном виде) либо заведомо бесперспективными, что могло выясниться, например, в ходе неформальных устных переговоров. В связи с этим не следует ограничивать для потребителя возможность выбирать последовательность защиты своего права, предусматривая в законе обязательный претензионный порядок по всем категориям дел с участием потребителей.

При подаче претензии, равно как и при обращении к процедуре урегулирования споров, течение срока исковой давности приостанавливается (п. 3 ст. 202 ГК РФ). Вместе с тем в соответствующей норме, как и в разъяснениях Пленума Верховного Суда РФ, речь идет только о тех несудебных процедурах разрешения споров, обращение к которым предусмотрено законом, в том числе об обязательном претензионном порядке<sup>2</sup>. Приостанавливать течение срока исковой давности следует и в том случае, если досудебный порядок предусмотрен договором сторон. Это позволит потребителю быть уверенным в том, что по результатам досудебных попыток урегулировать конфликт при недостижении урегулирования он не будет лишен возможности обратиться с иском и получить удовлетворение в суде.

<sup>1</sup> В правилах процедуры урегулирования потребительских споров различных организаций, которые оказывают посреднические услуги, указывается, что если потребитель не пытался сначала связаться с продавцом, чтобы урегулировать спор на двусторонней основе, то орган по разрешению спора отказывает в принятии жалобы [Электронный ресурс]. URL: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2>.

<sup>2</sup> См.: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29 сентября 2015 г. № 43 «О некоторых вопросах, связанных с применением норм Гражданского кодекса Российской Федерации об исковой давности».



2. *Непосредственное урегулирование спора его участниками.* Указанный этап предполагает раскрытие позиций сторон, обмен документами и предложениями по урегулированию конфликта, по результатам которых консенсус может быть достигнут самими сторонами без привлечения нейтрального лица.

3. *Урегулирование спора с участием посредника.* При недостижении самостоятельного урегулирования продавцом обязательно должно быть сделано предложение о проведении ОРС с участием посредника. Вне зависимости от этого потребитель должен иметь право обратиться к такому посреднику, если онлайн-платформа позволяет привлечь его к участию. Порядок проведения посредничества и полномочия посредника должны устанавливаться правилами (регламентом) онлайн-платформы, размещенными в открытом доступе. Возможно установление минимальных стандартов процедуры урегулирования на законодательном уровне. Такие стандарты надлежащей правовой процедуры могут закрепляться в виде основополагающих стандартов урегулирования спора: в Директиве ЕС «Об альтернативном урегулировании споров с участием потребителей» речь идет о требованиях конфиденциальности, беспристрастности, компетентности и качестве процесса.

В законе также следует определить максимальный срок проведения процедуры ОРС, например, не более 90 дней с момента подачи жалобы потребителем.

3.1. *Групповое урегулирование спора.* Одним из преимуществ судебного разбирательства является возможность присоединения к коллективному иску — эта форма защиты интересов больших групп потребителей действительно выступает одной из наиболее успешных<sup>1</sup>. Преимущества группового судопроизводства могут быть восприняты и внесудебными способами урегулирования конфликтов, например путем создания опций подачи коллективных претензий либо присоединения к уже поданной другими потерпевшими сторонами претензии на онлайн-платформе.

Зарубежное законодательство также не исключает возможности заключения соглашения от имени группы по результатам проведения медиации. Так, ст. L623-23 Потребительского кодекса Франции допускает заключение мирового соглашения группой потребителей, подлежащее утверждению судьей, который проверяет, соответствует ли оно интересам его сторон, и придает ему обязательную силу. В та-

---

<sup>1</sup> 74% европейских потребителей утверждают, что с большей вероятностью будут защищать свои права в судах, если они смогут присоединиться к коллективному иску. См.: *Joasia A. Luzak*. Op. cit. P. 9.

ком соглашении также оговариваются меры по информированию заинтересованных потребителей о возможности присоединения, а также условия их присоединения.

Российское процессуальное законодательство не содержит запрета на заключение мирового соглашения в рамках группового производства, но и специального регулирования на этот счет не предусматривает<sup>1</sup>. Кроме того, здесь возникает проблема недобросовестного поведения истца — представителя группы, наделенного правом заключить мировое соглашение, которое может быть необоснованным и невыгодным для участников группы. В науке предлагаются меры для предупреждения такой опасности, в том числе в виде наделения суда активными полномочиями по применению мер процессуального принуждения к недобросовестным представителям группы, а в исключительных случаях полномочием прекратить производство по делу<sup>2</sup>.

Вместе с тем в данном случае речь идет о медиации, проводимой после возбуждения производства в суде. Онлайн-платформа ориентирована на досудебное урегулирование споров, что предполагает самостоятельное регулирование условий и процедуры примирения трейдера с группой потребителей, например, в рамках Закона о защите прав потребителей.

*4. Исполнение достигнутого консенсуса.* Успешное урегулирование спора предполагает добровольное исполнение достигнутых договоренностей, однако не исключены ситуации, когда может потребоваться их принудительное исполнение. Отсутствие гарантий исполнимости соглашения может способствовать тому, что потребитель скорее будет больше заинтересован в возбуждении судебного разбирательства, нежели в проведении урегулирования. Например, ст. 21-5 Закона Франции № 95-125 от 8 февраля 1995 г. «Об организации судов, а также гражданского, уголовного и административного судопроизводства» допускает возможность утверждения достигнутого сторонами соглашения судом, что придает ему обязательную силу<sup>3</sup>.

В Германии в результате урегулирования спора в потребительском арбитраже посредник представляет сторонам предложение об урегу-

<sup>1</sup> См.: Особенности арбитражного производства: учебно-практическое пособие / под ред. И.В. Решетниковой. М., 2019.

<sup>2</sup> См.: Лукьянова И.Н. Доступ к правосудию больших групп лиц // Законы России: опыт, анализ, практика. 2018. № 9. С. 26–33.

<sup>3</sup> См.: Loi № 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative [Electronic resource]. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000350926&idSectionTA=LEGISCTA000006119477&dateTexte=&categorieLien=cid>.

лировании спора (арбитражное предложение), которое должно быть основано на действующем законодательстве, в частности, соответствовать обязательным законам о защите прав потребителей. В предложении арбитража должны быть указаны обстоятельства, на которых оно основано, и дана правовая оценка посредника. Направляя арбитражное предложение, потребительский арбитражный совет информирует стороны о юридических последствиях принятия предложения и о том, что предложение может отклоняться от результата судебного разбирательства. Также указывается на возможность не принимать предложение и обратиться в суд. Комиссия по потребительскому арбитражу устанавливает для сторон разумный срок принятия предложения. Если соглашение не достигнуто, стороны получают свидетельство о неудачной попытке достичь соглашения (§ 19–21 Закона об урегулировании потребительских споров Германии).

В Италии обязательность соглашения, достигнутого в результате примирительных процедур (переговоров или медиации), обеспечивается участием в них профессиональных юристов, имеющих статус адвоката. При участии в примирительной процедуре профессиональных представителей допустимо заключение соглашения, которое приравнивается по юридической силе к мировому соглашению, утвержденному судом, при условии, что адвокаты подтверждают соответствие такого соглашения публичному порядку и закону<sup>1</sup>. При отсутствии такого подтверждения со стороны адвокатов соглашение может быть принудительно исполнено только в случае его утверждения судом.

В России возможность утверждения медиативного соглашения судом или третейским судом в качестве мирового соглашения допускается только в отношении процедуры медиации, проведенной после передачи спора на рассмотрение суда. Медиативное соглашение, достигнутое сторонами в результате процедуры медиации, проведенной без передачи спора на рассмотрение суда, представляет собой гражданско-правовую сделку, для ее принудительного исполнения все равно понадобится обращаться в суд с иском. Это не касается тех медиативных соглашений, которые были нотариально удостоверены и в силу этого приобрели силу исполнительного документа (ст. 12 Федерального закона от 27 июля 2010 г. № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)»).

---

<sup>1</sup> URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=d0faf894-e442-46f9-9fee-dfb1f78ddd4a>.

Отсутствие возможности принудительного исполнения достигнутого соглашения дезавуирует ценность проведения урегулирования спора. Поэтому было бы полезным создание отдельного ускоренного механизма для принудительного приведения в исполнение соглашений, достигнутых в рамках ОРС, например, по аналогии с медиативными соглашениями предоставить нотариусам возможность их нотариального удостоверения, которое будет проводиться дистанционно в электронной форме.

В случае отсутствия такого удостоверения и возбуждения судебного производства факты, подтвержденные достигнутым соглашением, могут обладать повышенной доказательственной силой и опровергаться только в рамках процедуры заявления о подложности доказательств.

5. *Опубликование результатов проведенного с использованием онлайн-платформы урегулирования спора.* Опубликование результатов ОРС может способствовать формированию хорошей деловой репутации трейдера, возможности предварительной оценки шансов на успешную защиту своих прав потребителем и упрощать защиту прав других потребителей при доказывании ими того факта, что конкретный трейдер страдает системными проблемами.

В целом анализ опыта зарубежных стран показывает, что предъявляемые к процедуре онлайн-урегулирования потребительских споров требования, прежде всего, направлены на создание комфортных условий участия в таких процедурах, однако этим не ограничиваются. Зарубежными правовыми порядками осознается значение альтернативного урегулирования потребительских споров как механизма предотвращения последующих нарушений прав потребителей и создания благоприятной среды для развития розничной торговли, что предполагает прозрачность всего процесса урегулирования, а также его результатов для общественности. Столь высокая значимость мирного регулирования потребительских споров ставит задачу принятия соответствующих законодательных, организационных и финансовых мер и в нашем государстве.

### Глава III

## ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ТРАНСГРАНИЧНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ СПОРАМ

**Практика применения норм ГПК РФ по вопросу о международной подсудности дел с участием потребителей финансовых услуг.** Сфера финансовых услуг, оказываемых банками и иными организациями, в настоящее время характеризуется, с одной стороны, ростом числа оказываемых населению услуг, а с другой — наличием рисков, сопряженных в том числе с не всегда добросовестным поведением участников финансового рынка. Поэтому обеспечению надлежащего уровня защиты всех базовых потребительских прав граждан при одновременном обеспечении доступности как можно большего спектра товаров (работ, услуг) и повышении качества потребления в целом должны способствовать эффективные механизмы разрешения споров с участием потребителей.

Количество дел по спорам о защите прав потребителей в судах остается неизменно высоким, что свидетельствует о востребованности судебной формы их защиты. Гарантирование должного уровня такой защиты является важной задачей правосудия. Важность и значимость судебной защиты участников складывающихся отношений, осложненных иностранным элементом, на фоне происходящих процессов глобализации современного мира финансовых услуг едва ли можно преувеличить<sup>1</sup>.

В условиях динамичного развития трансграничного шопинга финансовых услуг возникает необходимость определения конкретного форума среди множества юрисдикций суверенных государств. Поскольку трансграничные правоотношения с участием граждан-потребителей связаны как с российским, так и с иностранным порядком, возникает вопрос о том, компетентны ли российские суды рассматривать возникающие из этих отношений споры, т.е. вопрос о международной подсудности. Данная подсудность представляет собой положительную специальную предпосылку права на обращение в российские суды.

---

<sup>1</sup> См.: *Шукин А.И.* Принципы осуществления правосудия по гражданским делам с участием иностранных лиц // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2018. № 4. С. 96.

Вопрос этот оказался весьма непростым, в том числе по причине возникших у российских судов сложностей в уяснении смысла содержащихся в процессуальном законодательстве привил международной подсудности, что видно из конкретных примеров судебной практики. Так, по одному из дел в Звенигородский городской суд Московской области обратился гражданин А. с иском к компании STForex LTD (Сент-Винсент и Гренадины) и обществу с ограниченной ответственностью «СТФ Файненшл» (Беларусь) о расторжении клиентского соглашения, взыскании денежных средств, компенсации морального вреда и штрафа. Городской суд отказал в принятии данного иска, руководствуясь п. 1 ч. 1 ст. 134 ГПК РФ, поскольку исковое заявление не подлежит рассмотрению и разрешению в порядке гражданского судопроизводства. Московский областной суд со ссылкой на ст. 402 ГПК РФ согласился с определением городского суда, отметив, что последний верно исходил из отсутствия сведений о том, что ответчики — иностранные юридические лица имеют на территории Российской Федерации орган управления, филиал или представительство или имущество. Из условий расторгаемого договора усматривается, что он заключен между А. и компанией STForex LTD в целях предоставления сервиса для осуществления торговых операций на валютном рынке, а также оказания А. информационно-консультационной поддержки по услугам компании. Областной суд признал ссылку истца на Закон о защите прав потребителей искусственным изменением характера сложившихся между сторонами правоотношений, поскольку заключенное между ними клиентское соглашение направлено на извлечение прибыли, а не на удовлетворение личных, бытовых нужд<sup>1</sup>.

В другом случае судья кассационного суда общей юрисдикции также не усмотрел нарушений норм права со стороны нижестоящих судов в связи с отказом в принятии иска из-за его неподсудности российскому суду. В принятии иска гражданки К. к компаниям Utrade Capital Markets Limited и Multitrade Capital о взыскании денежных средств и компенсации морального вреда было отказано Автозаводским районным судом г. Нижнего Новгорода. Суд руководствовался ст. 134, 402 ГПК РФ и исходил из того, что ответчики являются иностранными юридическими лицами, находящимися на территории Великобритании. Сведений о наличии в Российской Федерации представительств указанных организаций, а также их имущества не представлено. Суд счел, что К. не является потреби-

---

<sup>1</sup> См.: Апелляционное определение Московского областного суда от 25 марта 2019 г. по делу № 33-10024/2019.

лем услуг упомянутых компаний в понимании Закона о защите прав потребителей, поскольку К., заключая сделку, намеревалась получить прибыль, т.е. в возникших правоотношениях истица участвует в качестве инвестора, а не потребителя. Действия граждан, связанные с вложением денежных средств в рискованные операции с целью извлечения прибыли, не носят личный, бытовой характер, что исключает применение к данным отношениям Закона о защите прав потребителей.

Кассационный суд согласился с тем, что сложившиеся между сторонами спора, инвестором и трейдером, правоотношения не подпадают под регулирование Закона о защите прав потребителей, поскольку иностранные компании не осуществляли продажу К. какого-либо товара, не выполняли по поручению (заданию) данного лица какую-либо работу или услугу, направленные на удовлетворение личных, семейных, домашних и иных нужд<sup>1</sup>.

По всей видимости, отсутствие у истца статуса потребителя послужило основанием для неприменения кассационным судом в действительности процитированной им в определении нормы п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ. Предусмотренное в этой статье правило международной подсудности наделяет российские суды компетенцией рассматривать дела с участием иностранных лиц в случае, если ответчик имеет имущество, находящееся на территории Российской Федерации, и (или) распространяет рекламу в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», направленную на привлечение внимания находящихся на территории Российской Федерации потребителей.

Более четко такая правовая позиция прослеживается в другом деле, в рамках которого Московский городской суд (далее — Мосгорсуд), отменяя определение Никулинского районного суда г. Москвы о возвращении искового заявления, исходил из следующего. Гражданин С. обратился в упомянутый районный суд к компании STForex LTD (Сент-Винсент и Гренадины) и обществу с ограниченной ответственностью «СТФ Файненшл» (Беларусь) с требованием о расторжении клиентского соглашения, взыскании уплаченных по данному соглашению денежных средств, взыскании штрафа и компенсации морального вреда. Применяя ст. 135 «Возвращение искового заявления» ГПК РФ, районный суд указал на то, что иск предъявлен к иностранным юридическим лицам, находящимся на территории иностранных государств, сведений о том, что на территории Россий-

---

<sup>1</sup> См.: Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 24 января 2020 г. № 88-1939/2020.



ской Федерации имеется представительство указанных организаций, не представлено, равно как отсутствует информация о нахождении какого-либо их имущества в России.

Вместе с тем Мосгорсуд обратил внимание на то, что согласно п. 2 ст. 135 ГПК РФ суд при возвращении искового заявления должен указать, в какой суд следует обратиться заявителю, если дело неподсудно данному суду, или как устранить обстоятельства, препятствующие возбуждению дела. Однако в данном случае у судов в Российской Федерации отсутствуют основания для рассмотрения возникшего спора, он подлежит разрешению в ином судебном порядке. Соответственно, Мосгорсуд счел, что следовало отказать в принятии иска, исходя из п. 1 ч. 1 ст. 134 ГПК РФ. По мнению этого суда, довод частной жалобы о том, что иностранная компания распространяет рекламу в сети «Интернет», направленную на привлечение внимания российских потребителей, не подтверждает подсудность спора российскому суду по п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ. Как отметил Мосгорсуд, относимых и допустимых доказательств распространения рекламы в сети «Интернет» не было предоставлено.

Кроме того, по мнению Мосгорсуда, гражданин С. не является потребителем услуг организации-ответчика в понимании Закона о защите прав потребителей, поскольку он намеревался, заключая сделку, получить прибыль, т.е. в возникших правоотношениях С. участвует в качестве инвестора, а не потребителя. Действия граждан, связанные с вложением денежных средств в рискованные операции с целью извлечения прибыли (в том числе если финансовый результат зависит от курса валют), не носят личный, бытовой характер, что исключает применение к данным отношениям Закона о защите прав потребителей вне зависимости от последующего оспаривания гражданином таких сделок<sup>1</sup>.

Прежде чем перейти к детальному анализу примененного судами в приведенных примерах правила ГПК РФ о международной подсудности, остановимся на некоторых общих моментах, касающихся соотношения положений гл. 3 Кодекса о территориальной подсудности дел и его гл. 44 о подсудности дел с участием иностранных лиц судам в Российской Федерации.

В юридической литературе существует мнение о том, что положения ст. 402 ГПК РФ должны рассматриваться в качестве специальной нормы по отношению к ч. 7 ст. 29 ГПК РФ (согласной которой иски

---

<sup>1</sup> См.: апелляционное определение Мосгорсуда от 18 марта 2019 г. по делу № 33-10988/2019.

о защите прав потребителей могут быть предъявлены также (по выбору истца) в суд по месту жительства или месту пребывания истца либо по месту заключения или месту исполнения договора, за исключением случаев, предусмотренных ч. 4 ст. 30 ГПК РФ) и имеют приоритет над общими положениями ГПК РФ о подсудности, содержащимися в гл. 3 Кодекса. Статья 402 ГПК РФ вводит дополнительное условие для установления компетенции российского суда в отношении иностранных лиц при распространении ими рекламы в сети «Интернет», направленной на привлечение внимания российских потребителей. Общее же правило ч. 7 ст. 29 ГПК РФ действует без ограничений применительно к спорам, где в качестве ответчика выступает российское лицо. Иной подход, по мнению А.И. Савельева, означал бы лишение п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ какого-либо самостоятельного смысла, поскольку безотносительно к факту наличия рекламы, ориентированной на российского потребителя, последний всегда мог бы предъявить иск в суд по своему месту жительства по ч. 7 ст. 29 ГПК РФ<sup>1</sup>.

Однако российскому потребителю, на наш взгляд, все же едва ли удастся убедить российский суд принять его исковое заявление к иностранному лицу лишь исходя из ст. 29 ГПК РФ, поскольку общее правило международной подсудности, установленное ч. 2 ст. 402 ГПК РФ, предписывает подачу иска по месту жительства ответчика (применительно к юридическим лицам — по месту их нахождения). Если ответчик находится за границей, рассмотрение дела с его участием российским судом допустимо в случаях, четко обозначенных в ч. 3 ст. 402 ГПК РФ. Если в соответствии с правилами международной подсудности дело отнесено к компетенции российских судов, только тогда внутренняя подсудность дел с участием иностранных лиц данным судам определяется исходя из норм гл. 3 ГПК РФ.

Изучение судебной практики позволяет выявить схожий верный алгоритм при установлении российскими судами компетенции по спорам с участием иностранных лиц. Так, отменяя по одному из дел определение Керченского городского суда о возврате иска, предъявленного Фондом защиты вкладчиков в интересах гражданки Б. к Укрсоцбанку (Украина), о взыскании денежных средств по договору банковского вклада, Верховный суд Республики Крым исходил из следующего. Возвращая на основании п. 2 ч. 1 ст. 135 ГПК РФ упомянутый иск, городской суд счел, что заявленный спор ему неподсу-

---

<sup>1</sup> См.: Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. С. 172, 173.

ден. Согласно п. 1 ст. 20 Минской конвенции 1993 г.<sup>1</sup> иски к юридическим лицам предъявляются в суды договаривающейся стороны, на территории которой находится орган управления юридического лица, его представительство либо филиал. Укрсоцбанк является украинским юридическим лицом и на территории Республики Крым, в том числе в г. Керчи, отсутствует его филиал или представительство.

Между тем городской суд не учел, как указал суд республики, что в подп. «б» п. 2 ст. 20 Минской конвенции 1993 г. предусмотрено: суды договаривающейся стороны компетентны также в случаях, когда на ее территории исполнено или должно быть полностью или частично исполнено обязательство из договора, являющегося предметом спора. Далее суд республики привел норму п. 6 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ, содержащую сходное правило международной подсудности, согласно которому суды в Российской Федерации вправе рассматривать дела с участием иностранных лиц, если иск вытекает из договора, по которому полное или частичное исполнение должно иметь место или имело место на территории Российской Федерации. Предметом заявленного спора значится взыскание денежных средств по договору банковского вклада (депозита), заключенному между Б. и Укрсоцбанком в г. Керчи, где прежде находился филиал данного банка. Проценты по вкладу должны были начисляться и выплачиваться в г. Керчи. Таким образом, местом исполнения спорного договора, как расценил суд республики, является г. Керчь, и поэтому иск может быть подан в соответствующий суд в Российской Федерации. После этого суд республики изложил правило ч. 1 ст. 404 ГПК РФ, где говорится о необходимости применения норм гл. 3 Кодекса в целях определения внутренней подсудности по делам с участием иностранцев. В статье 29 (ч. 7) этой главы процессуального закона установлено: иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены в суд по месту жительства или месту пребывания истца либо по месту заключения или месту исполнения договора<sup>2</sup>. Исходя из данного правила внутренней, местной подсудности, иск был предъявлен по месту жительства истицы, т.е. в компетентный суд, коим является Керченский городской суд, как отметил суд республики<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Конвенция о правовой помощи и правовых отношениях по гражданским, семейным и уголовным делам, заключенная 22 января 1993 г. в г. Минске.

<sup>2</sup> Текст нормы изложен в редакции, действовавшей на момент принятия судебного постановления, то есть до принятия Федерального закона от 18 июля 2019 г. № 191-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

<sup>3</sup> См.: апелляционное определение Верховного суда Республики Крым от 25 февраля 2016 г. по делу № 33-1537/2016.

В связи с вышеизложенным рассуждения А.И. Савельева о приоритете ст. 402 ГПК РФ (гл. 44) над общими положениями ГПК РФ о подсудности, содержащимися в гл. 3 Кодекса<sup>1</sup>, представляются спорными. Каждая из этих глав ГПК РФ имеет свои назначение и сферу регулирования.

Возвращаясь к правилу международной подсудности п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ, послужившему основанием для отказа в рассмотрении по существу российским судом иска о защите прав гражданина-инвестора, отметим: сфера экономики, которая включает в себя все сделки по реализации товаров (работ, услуг) потребителям, осуществляемые при помощи сети «Интернет», является одной из самых динамично развивающихся, и ее гармоничное развитие способно расширить ассортимент реализуемых товаров (работ, услуг), снизить их стоимость и сделать их более доступными для потребителей. Доля продаж посредством сети «Интернет» в общем объеме оборота розничной торговли ежегодно увеличивается. Одновременно фиксируется ежегодный прирост претензий потребителей в отношении хозяйствующих субъектов, чья деятельность по продаже товаров (работ, услуг) осуществляется посредством сети «Интернет».

Камнем преткновения для применения правила международной подсудности, предусмотренного в п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ, к спору с участием гражданина-инвестора послужило то, что такого гражданина, как сочли суды, нельзя признать потребителем, о котором говорится в приведенной норме. Логика отдельных судов сводится к тому, что действия граждан, связанные с вложением денежных средств в рискованные операции с целью извлечения прибыли, в том числе если финансовый результат зависит от курса валют, не носят личный, бытовой характер. Основывается такая позиция на понимании потребителя в контексте Закона о защите прав потребителей, где данное лицо рассматривается в качестве гражданина, имеющего намерение заказать или приобрести либо заказывающего, приобретающего или использующего товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Однако едва ли российский законодатель, внося в 2015 г. соответствующие изменения в п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ на основании Федерального закона от 13 июля 2015 г. № 264-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологи-

---

<sup>1</sup> См.: Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. С. 172.

ях и о защите информации» и статьи 29 и 402 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации», придерживался подобного хода рассуждений. В пояснительной записке к соответствующему законопроекту № 804132-6 отмечалось: принятие закона будет способствовать более полной и своевременной защите граждан. Статус последних в качестве потребителей в пояснительной записке не конкретизирован<sup>1</sup>. В заключении Комитета Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по конституционному законодательству и государственному строительству на упомянутый законопроект также указывается, что он направлен на защиту прав и законных интересов граждан. Из пояснительной записки к законопроекту и материалов законопроектной работы по нему не усматривается, что российский законодатель имел намерение, цель распространить применение издаваемых норм лишь в отношении потребителей в их понимании, закрепленном в Законе о защите прав потребителей. В ходе обсуждения законопроекта в Государственной Думе отмечалось: «законопроект ориентирован в первую очередь на простых граждан», «речь идёт о том, чтобы установить для российских пользователей Интернета возможности по защите прав»<sup>2</sup>. Используемое в тексте действующей нормы п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ слово «потребитель» означает, если выразиться словами отдельных депутатов, «рядовой гражданин».

По сути, в этой норме подразумеваются российские потребители распространяемой в сети «Интернет» рекламы товаров и услуг, предназначенных для продажи, обмена или иного введения в оборот. Такое толкование соотносится с употребляемым в анализируемой норме словом «реклама» и его понятием в российском законодательстве. Реклама — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке<sup>3</sup> (п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», далее — Закон о рекламе). С учетом данного понятия рекламы и такого признака рекламной информации, как ее предназначенность для

<sup>1</sup> URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/804132-6>.

<sup>2</sup> См.: Фрагмент стенограммы заседания 241 от 16 июня 2015 г. по рассмотрению законопроекта в первом чтении. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/804132-6>.

<sup>3</sup> Заметим, что распространение информации — это действия, направленные на получение информации также неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»).

неопределенного круга лиц<sup>1</sup>, представляется неверным ограниченно (узко) толковать слово «потребитель» в п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ и придавать ему значение в аспекте лишь Закона о защите прав потребителей.

Более того, по Закону о защите прав потребителей потребителем является физическое лицо — гражданин. Соответственно, если все-таки встать на обозначенную, спорную позицию отдельных судов, то тогда необходимо признать, что юридическое лицо не вправе обратиться в суд в порядке, установленном п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ. Однако такое понимание процессуального закона не только не отвечает принципам гражданского судопроизводства и логике правового регулирования, но также находится вне здравого смысла. Здравый смысл требует рассматривать в качестве адресата этой нормы не только граждан, но и юридических лиц — потребителей рекламы в сети «Интернет». Подтверждение этому можно также найти и в судебной практике<sup>2</sup>.

Таким образом, норма п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ рассчитана не только на потребительские споры, она устанавливает правило международной подсудности по большому счету в отношении всех подведомственных судам общей юрисдикции гражданских дел, за исключением споров, для которых установлены специальные правила. Ошибочно считать это правило международной подсудности применимым исключительно к спорам с участием граждан-потребителей (трансграничным потребительским спорам)<sup>3</sup>. Российский законодатель из этого, скорее всего, не исходил при принятии данной нормы.

<sup>1</sup> См. подробнее: Письмо Федеральной антимонопольной службы от 5 апреля 2007 г. № АЦ/4624 // Экономика и жизнь. 2007. № 19.

<sup>2</sup> См., например: апелляционное определение Мосгорсуда от 20 июля 2016 г. по делу № 33-28155.

<sup>3</sup> В связи с этим следует осторожно, на наш взгляд, экстраполировать выводы, полученные в ходе анализа унифицированных на уровне ЕС правовых актов, напрямую отдельно регулирующих правила подсудности потребительских споров, на положения п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ. О взгляде отдельных авторов на якобы «пропотребительское» основание этого правила международной подсудности в ГПК РФ см., например: *Терентьева Л. В.* Основания установления международной судебной юрисдикции применительно к трансграничным потребительским спорам в цифровую эпоху // *Lex russica*. 2019. № 11. С. 102. Вместе с тем споры с участием потребителей могут рассматриваться с учетом иных критериев международной подсудности, предусмотренных в ч. 3 ст. 402 ГПК РФ. См., например: апелляционное определение Мосгорсуда от 12 декабря 2012 г. по делу № 11-27394/2012 по иску гражданина П. о возмещении вреда, обусловленного производственным недостатком товара. Иск заявлен в порядке, установленном п. 5 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ.

Следует также отметить, что Закон о защите прав потребителей не исключает обращения граждан в суд за защитой своих субъективных прав и интересов, нарушенных в сфере оказания финансовых услуг. Право на судебную защиту таких прав, наоборот, явствует из абзаца второго п. 1 ст. 17 данного Закона. Понятие потребителя финансовых услуг раскрывается в ч. 2 ст. 2 Федерального закона от 4 июня 2018 г. № 123-ФЗ «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг» — это физическое лицо, являющееся стороной договора, либо лицом, в пользу которого заключен договор, либо лицом, которому оказывается финансовая услуга в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

В докладе Председателя Верховного Суда РФ В.М. Лебедева о судебной защите прав потребителей подчеркнуто: большое значение для защиты прав граждан в страховой и кредитной сферах имеет правовая позиция Верховного Суда РФ, в соответствии с которой Закон о защите прав потребителей применяется не только к товарам и услугам бытового характера, но и к финансовым услугам. Это разъяснение высшей судебной инстанции, по мнению ее председателя, позволяет гражданам-страхователям, вкладчикам, заемщикам и иным потребителям при нарушении их прав и законных интересов требовать не только возмещения убытков, но и взыскания неустойки, штрафа и компенсации морального вреда в соответствии с Законом о защите прав потребителей<sup>1</sup>.

В соответствии со ст. 70 Договора о Евразийском экономическом союзе 2014 г. разработан Протокол по финансовым услугам, применяемый к мерам государств-членов, затрагивающим торговлю финансовыми услугами, а также учреждение и (или) деятельность поставщиков финансовых услуг. В п. 3 этого Протокола финансовая услуга определяется посредством перечисления широкого перечня услуг финансового характера.

К числу последних отнесены, в частности, следующие услуги: прием от населения вкладов (депозитов) и других подлежащих выплате денежных средств; выдача ссуд, кредитов, займов всех видов, включая потребительский кредит, залоговый кредит, факторинг и финанси-

---

<sup>1</sup> URL: [https://www.vsr.ru/press\\_center/mass\\_media/29236](https://www.vsr.ru/press_center/mass_media/29236). Сектор финансовых услуг равным образом подпадает под действие, например, общих правил ЕС по защите прав потребителей, которые обеспечивают неизменно высокий уровень защиты потребителей. См.: пункт 2 Плана действий Европейской комиссии по оказанию финансовых услуг: лучшие товары (услуги) и больше выбора для европейских потребителей (Consumer Financial Services Action Plan: Better products and more choice for European consumers. Brussels, 23.3.2017). URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_17\\_609](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_609).



вание коммерческих операций; все виды услуг по платежам и денежным переводам; торговля за свой счет и за счет клиентов, на бирже и внебиржевом рынке либо иным образом: иностранной валютой; деривативами, в том числе фьючерсами и опционами; инструментами, касающимися валютных курсов и процентных ставок, включая сделки «своп» и форвардные сделки; консультативные, посреднические и другие вспомогательные финансовые услуги во всех видах банковской деятельности, включая справочные и аналитические материалы, связанные с анализом кредитных условий; торговля финансовыми инструментами за свой счет и за счет клиентов на бирже и внебиржевом рынке либо иным образом; участие в эмиссии (выпуске) всех видов ценных бумаг, включая гарантирование и размещение, в качестве агента (государственного или частного) и оказание услуг, относящихся к такой эмиссии (выпуску); брокерские операции на финансовом рынке; управление такими активами, как денежные средства или ценные бумаги, все виды управления коллективными инвестициями, управление активами и инвестиционными портфелями пенсионных фондов, попечительство, услуги по хранению и трастовые услуги; клиринговые услуги по финансовым активам, включая ценные бумаги, деривативы и другие финансовые инструменты; предоставление и передача финансовой информации, обработка финансовых данных и предоставление и передача соответствующего программного обеспечения поставщиками других финансовых услуг; консультативные, посреднические и другие вспомогательные финансовые услуги во всех видах перечисленной деятельности, включая исследования и рекомендации по прямым и портфельным инвестициям, рекомендации по вопросам приобретения, реорганизации и стратегии корпораций<sup>1</sup>.

Российский же законодатель в Федеральном законе от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее — Закон о привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ) постарался придать нормативное оформление стремительно развивающимся отношениям по привлечению инвестиций с использованием инвестиционных платформ, наиболее известных в мире как явление «краудфандинг». Инвестиционная платформа, как определено в данном Законе, — это информационная система в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемая для заключения с помощью информационных технологий и технических

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Протокол по финансовым услугам — Приложение № 17 к Договору о Евразийском экономическом союзе 2014 г.

средств этой информационной системы договоров инвестирования, доступ к которой предоставляется оператором инвестиционной платформы (п. 1 ч. 1 ст. 2). Договор инвестирования представляет собой договор между инвестором и лицом, привлекающим инвестиции, по которому осуществляется инвестирование с использованием инвестиционной платформы способами, предусмотренными упомянутым законом. Инвестором по такому договору может быть в том числе физическое лицо (гражданин), которому оператор инвестиционной платформы оказывает услуги по содействию в инвестировании.

Инвестирование с использованием инвестиционной платформы может осуществляться следующими способами: путем предоставления займов; путем приобретения эмиссионных ценных бумаг, размещаемых с использованием инвестиционной платформы, за исключением ценных бумаг кредитных организаций, некредитных финансовых организаций, а также структурных облигаций и предназначенных для квалифицированных инвесторов ценных бумаг; путем приобретения утилитарных цифровых прав; путем приобретения цифровых финансовых активов.

Особенности инвестирования физическими лицами установлены в ст. 7 Закона о привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ, где, в частности, закреплено, что инвестирование гражданином с использованием инвестиционной платформы не требует государственной регистрации его в качестве индивидуального предпринимателя.

В свою очередь, Закон о рекламе в ст. 28 «Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности» устанавливает, что реклама услуг по содействию в инвестировании с использованием инвестиционной платформы должна содержать адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется раскрытие информации оператором инвестиционной платформы. Указывается также на то, что заключение с использованием инвестиционной платформы договоров, по которым привлекаются инвестиции, является высокорискованным и может привести к потере инвестированных денежных средств в полном объеме (ч. 5<sup>2</sup>). Часть 5<sup>3</sup> упомянутой статьи предусматривает, что не допускается реклама, связанная с привлечением инвестиций с использованием инвестиционной платформы следующими способами:

- 1) предоставление займов;
- 2) приобретение размещаемых акций непубличного акционерного общества и эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в акции непубличного акционерного общества;
- 3) приобретение утилитарных цифровых прав.

Изложенное нормативное регулирование, открывшее дорогу развитию финансовой активности граждан, требует переосмысления привычного представления о том, кто такой потребитель, на фоне форсированного развития новых форм удовлетворения потребностей граждан.

Отказ потребителю в рассмотрении по существу иска, основанного на ненадлежащем оказании финансовых услуг, включая услуги по торгам на рынке иностранной валюты, и предъявленного в порядке, установленном п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ, может нарушить не только установленное в этой статье правило международной подсудности дел российским судам, но и негативно отразиться на соблюдении общепризнанного принципа *parata sunt servanda*. Например, тот же Договор о Евразийском экономическом союзе 2014 г. в ст. 33 (п. 2) предусматривает, что защита прав и законных интересов потребителей товаров и услуг выступает одним из основных принципов осуществления внешнейторговой политики ЕАЭС. Права потребителей и их защита гарантируются законодательством государств-членов о защите прав потребителей, а также данным международным договором (ст. 60). Здесь же предусмотрено право на обращение в суды.

**Установление международной подсудности в договоре с потребителем.** В соответствии с ч. 1 ст. 404 ГПК РФ стороны вправе договориться об изменении международной подсудности дела до принятия его к своему производству. По действующим нормам такое соглашение, заключенное физическим лицом (гражданином), не может являться недействительным лишь только по тому основанию, что данное лицо выступает в качестве потребителя — менее защищенной стороны в правоотношении. Суды руководствовались упомянутой нормой в следующем деле.

Гражданин Ф. обратился в Заельцовский районный суд г. Новосибирска с иском к компании Global FX International и обществу с ограниченной ответственностью «Глобал Финанс» о признании недействительными заключенных с данными организациями договоров, взыскании с них солидарно материального ущерба и компенсации морального вреда. Районный суд в ходе рассмотрения дела оставил иск в части требований к компании Global FX International без рассмотрения. Истец с таким определением не согласился, подав частную жалобу. По мнению истца, он вправе согласно Закону о защите прав потребителей подать иск в российский суд по своему выбору, т.е. выбрать территориальную подсудность гражданского дела по месту своего жительства. Правом обратиться в суд Российской Федерации он также обладает исходя из правил подсудности

по месту исполнения договора на территории Российской Федерации.

Новосибирский областной суд оставил поданную жалобу без удовлетворения, отменив вместе с тем определение суда об оставлении иска без рассмотрения и прекратив производство по делу в части требований к компании Global FX International. Областной суд исходил из того, что компания Global FX International, заключившая с Ф. (истцом) спорный договор, является иностранным юридическим лицом, зарегистрированным в Канаде. В материалах дела отсутствуют доказательства наличия органа управления, филиала или представительства данной компании либо какого-либо ее имущества на территории Российской Федерации. Спорный договор об оказании консультационных и информационных услуг по работе с сервисами копирования торговых позиций в одном из пунктов содержит правило о том, что все возникающие из него споры передаются на рассмотрение в соответствующий суд Канады. Такое же условие содержится в клиентском соглашении. Условие об изменении территориальной подсудности достигнуто между сторонами до подачи искового заявления в суд, в установленном законом порядке никем не оспаривалось и не признавалось недействительным. По делу с участием иностранного лица стороны вправе договориться об изменении подсудности дела (пророгационное соглашение) до принятия его судом к своему производству (ч. 1 ст. 404 ГПК РФ).

При этом областной суд счел необоснованной ссылку истца на необходимость применения правил подсудности по месту жительства потребителя, установленных в ч. 7 ст. 29 ГПК РФ и ст. 17 Закона о защите прав потребителей. Из искового заявления следует, что истец имел намерение начать работу с акциями на фондовом рынке, используя свои денежные средства на брокерском (торговом) счете, на основе полученных у представителя компании-ответчика консультаций. Сделки с акциями на бирже относятся по гражданскому законодательству к рисковым сделкам, цель обращения к ответчику за получением консультационных и информационных услуг была связана с извлечением прибыли, а поэтому возникшие между сторонами правоотношения не подпадают под регулирование Закона о защите прав потребителей.

С учетом изложенного областной суд согласился с мнением районного суда о том, что предъявленные гражданином Ф. требования к компании Global FX International не подлежат рассмотрению и разрешению в порядке гражданского судопроизводства в суде в Российской Федерации. Вместе с тем данное основание предполагает

прекращение производства по делу по ч. 1 п. 1 ст. 134, ст. 220 ГПК РФ, а не оставление иска без рассмотрения<sup>1</sup>.

Даже если признать, что суды в упомянутом примере неверно отказали истцу в признании за ним статуса потребителя финансовых услуг (скорее всего, так и есть), данное обстоятельство не ставит под сомнение корректность применения ч. 1 ст. 404 ГПК РФ и правильность итогового постановления. Исключение из действия правила данной статьи не может быть оправдано ссылкой на нормы подсудности споров о защите прав потребителей, предусмотренные в ГПК РФ (гл. 3) и Законе о защите прав потребителей (ст. 17). Последние правила рассчитаны на установление внутренней, местной подсудности споров, которые прежде должны попасть в «корзину» российских судов в соответствии с правилами международной подсудности. К тому же ст. 32 «Договорная подсудность» ГПК РФ не предусматривает никаких отступлений от заключенного соглашения о подсудности лишь только по тому основанию, что одной из его сторон выступает потребитель. Отсутствуют исключения на такой случай и в ст. 17 Закона о защите прав потребителей.

Более того, необходимо помнить о правиле договорной подсудности, содержащемся в различных международных договорах Российской Федерации, в частности о правовой помощи по гражданским делам. Положения этих международных договоров не предусматривают применительно к пророгационным соглашениям каких-либо отступлений от их юридической силы на случай заключения данных соглашений потребителем (по крайней мере, нам они не известны). Очевидно, что недопустимо в обход данных правил международного договора ссылаться в обоснование неисполнимости пророгационного соглашения на внутреннее национальное законодательство и уж тем более предназначенное урегулировать внутреннюю подсудность. Разъясняющие данное законодательство акты судебного толкования, соответственно, не должны также приниматься во внимание при оценке упомянутых соглашений (например, тот же п. 26 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17).

Поэтому нельзя согласиться с Л.В. Терентьевой в том, что российский суд должен принять иск несмотря на пророгационное соглашение с участием потребителя в пользу иностранного суда, поскольку оно якобы может считаться неисполнимым исходя, в частности, из нормы п. 2 ч. 3 ст. 402 ГПК РФ и права потребителя

---

<sup>1</sup> См.: апелляционное определение Новосибирского областного суда от 19 июня 2018 г. по делу № 33-5990/2018.

выбирать из этих двух форумов, альтернативного и договорного, с учетом ч. 7 ст. 29 ГПК РФ<sup>1</sup>. Последние два, так сказать, условия не могут выполнять ограничительную функцию исполнимости пророгационных соглашений в пользу иностранных судов.

Изложенное упомянутым автором видение ситуации основывается, на наш взгляд, на неверном представлении о соотношении правил международной и территориальной (местной) подсудности, о специальном характере первой по отношению к последней компетенции. В свое время еще Л.А. Лунц подчеркивал, что международная подсудность и территориальная подсудность остаются разными явлениями<sup>2</sup>. Едва ли правило международной подсудности ст. 402 (п. 2 ч. 3) ГПК РФ способно «активировать», как указывает Л.В. Терентьева, установление международной подсудности на основании ч. 7 ст. 29 ГПК РФ посредством выбора другого форума, нежели установленный сторонами в пророгационном соглашении. Равным образом, сомнительно, что критерий международной подсудности в виде «распространение рекламы в сети “Интернет”» выполняет защитную функцию от неблагоприятного иностранного форума, обозначенного в пророгационном соглашении. Рассматривать данный критерий подсудности в качестве «ограничителя» исполнимости таких соглашений сторон в пользу иностранных судов также неправильно. Со ссылкой на ч. 7 ст. 29 ГПК РФ «дезавуировать» соглашение о подсудности, допускаемое ст. 404 ГПК РФ, вопреки мнению упомянутого автора, нельзя. Норма этой статьи не содержит какого-либо исключения в пользу ст. 29 «Подсудность по выбору истца» данного Кодекса. Из процессуального закона не следует, что правила альтернативной подсудности, установленные в ст. 402 ГПК РФ, имеют приоритет, большую юридическую силу по сравнению с правилом договорной международной подсудности, предусмотренным ст. 404 ГПК РФ.

По большому счету, обозначенное регулирование международной подсудности применительно к спорам с участием потребителей, на наш взгляд, не отвечает в общей концепции российского законодательства, закрепляющего целый ряд преференций для потребителей как объективно более слабой стороны в соответствующих правоотношениях, нуждающейся в дополнительных гарантиях защиты соб-

<sup>1</sup> См.: Терентьева Л.В. Соглашение о международной подсудности с участием потребителя: предоставление защитной юрисдикции потребителю в цифровую эпоху // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). 2019. № 10. С. 122–124.

<sup>2</sup> Лунц Л.А. Международные гражданские процессы. М.: Юрид. лит., 1966. С. 53.

ственных прав и интересов. Поэтому одним из важных направлений совершенствования российского процессуального законодательства могло бы стать закрепление в нем отдельных, специальных правил международной подсудности по потребительским спорам по образцу норм, содержащихся в Регламенте ЕС № 1215/2012 (далее — Регламент Брюссель I bis)<sup>1</sup>. В отличие от российского подхода, Регламент Брюссель I bis позволяет рассматривать юридическую силу соглашения о подсудности дифференцированно, ставя во главу угла прежде всего интересы потребителя, о чем подробнее будет сказано далее.

**Решение Судом ЕС вопроса о международной подсудности дела по иску физического лица — участника валютного рынка.** Учитывая, что в упомянутой пояснительной записке к законопроекту № 804132-6 указывалось на то, что последний документ согласуется с общеевропейской практикой решения аналогичных вопросов<sup>2</sup>, будет полезно обратиться к ней. Речь пойдет о рассмотренном Судом ЕС (*Court of Justice of the European Union*) деле по спору между госпожой Петручовой (далее — П.), проживающей на территории Чешской Республики, и брокерской компанией FIBO Group Holdings Limited (далее — компания FIBO), зарегистрированной в соответствии с кипрским законодательством и действующей в качестве профессионального участника в сфере оборота ценных бумаг<sup>3</sup>.

В 2014 г. указанные лица дистанционно заключили рамочный договор, цель которого состояла в совершении сделок на международном межбанковском валютном рынке *FOREX (Foreign Exchange Market)* (далее — рынок *FOREX*) путем размещения заказов на покупку и продажу базовой (базисной) валюты, обрабатываемых компанией FIBO с помощью своей торговой онлайн-платформы. С этой целью рамочный договор предусматривал заключение между П. и компанией FIBO отдельных контрактов, классифицируемых в качестве контрактов на разницу (*contract for difference, CFDs*) и представляющих собой финансовые инструменты. Предмет данных сделок —

<sup>1</sup> См.: Regulation (EU) of 12 December 2012 No. 1215/2012 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters (recast). Official Journal of the European Union (OJEU). L 351, 20.12.2012.

<sup>2</sup> Предполагалась, очевидно, разработанная Судом ЕС концепция «права на забвение» по возникшему в Испании спору Марио Костеха Гонсалеса против популярной газеты *La Vanguardia* и поисковика Google. См. подробнее: Google проиграл дело в суде ЕС о защите персональных данных. URL: <https://www.forbes.ru/news/257113-google-proigral-delo-v-sude-es-o-zashchite-personalnykh-dannykh>.

<sup>3</sup> См.: *Jana Petruchová v FIBO Group Holdings Limited*, Judgment of the Court of 3 October 2019, case C-208/18. ECLI:EU:C:2019:825.



это получение прибыли на разнице между обменными курсами, применимыми к покупке и продаже соответственно базовой валюты по отношению к валюте котировки. Хотя на рынке *FOREX* можно торговать собственными средствами, П. воспользовалась возможностью торговли «лотами» (один лот стоил 100 тыс. долл. США), используя эффект кредитного плеча (*leverage effect*). Иными словами, когда П. открывала свою позицию, покупая базовую валюту, она брала кредит у компании FIBO, который впоследствии погашала, закрывая свою позицию, продавая базовую валюту. Заключенный сторонами рамочный договор предусматривал соглашение о подсудности споров кипрским судам.

В один из дней П. заключила с компанией FIBO ряд сделок *CFDs*, по условиям которых она разместила заказ на покупку 35 лотов по фиксированному курсу обмена по отношению к японской иене. Из-за обработки длинной серии заказов на торговой онлайн-платформе компании FIBO размещенный П. заказ был выполнен этой компанией с задержкой в 16 секунд, в течение которых на рынке *FOREX* происходило колебание курса доллара США к японской иене. В результате покупка компанией FIBO заказанной П. суммы долларов США была осуществлена по курсу, отличному от того, который П. приняла при подтверждении своего заказа на покупку. По словам П., если бы ее заказ на покупку базовой валюты был выполнен вовремя, а не с задержкой, она получила бы прибыль в три раза больше.

В этих обстоятельствах П., считая себя потребителем, подала иск по месту своего жительства к компании FIBO в областной суд г. Острава в Чехии с требованием о взыскании неосновательного обогащения. Право на обращение в данный суд П. обосновала ссылкой на ст. 17(1) Регламента Брюссель I bis)<sup>1</sup>. Кроме того, она отметила, что в соответствии со ст. 19 (1) и ст. 25 (4) этого Регламента соглашение

<sup>1</sup> Статья 17 Регламента Брюссель I bis предусматривает:

«(1) Не затрагивая действие норм ст. 6 и ст. 7(5) этого документа, в отношении разбирательства, связанного с договором, заключенным потребителем с целью, которая не связана с осуществлением торговой (коммерческой) деятельностью или иной профессиональной деятельностью, подсудность определяется разделом 4 данного Регламента, если: а) речь идет о договоре продажи товаров в рассрочку; б) это договор о займе, погашаемом в рассрочку, или любая другая форма кредита, предоставляемого для финансирования продажи товаров; или с) во всех других случаях договор заключен с лицом, осуществляющим коммерческую или профессиональную деятельность на территории государства — участника ЕС места жительства потребителя, либо лицом, которое направляет такую деятельность [directs such activities] в это государство-член или в несколько стран, включая государство — член ЕС домицилия потребителя, при условии, что договор относится к сфере упомянутой деятельности.

о подсудности, заключенное с потребителем до возникновения спора, не имеет силы.

Между тем областной суд г. Острава, чью позицию поддержал верховный суд в г. Оломоуц, пришел к выводу, что предусмотренное сторонами в рамочном договоре условие о подсудности является действительным и, следовательно, он не обладает международной компетенцией для вынесения решения по заявленному спору. По мнению суда, П. не является потребителем в значении ст. 17(1) Регламента Брюссель I bis, поскольку она заключала сделки *CFDs* не для удовлетворения своих личных потребностей, обладала знаниями и опытом, необходимыми для их заключения, действовала с целью получения прибыли и была предупреждена о соответствующих рисках. Суд также указал, что ст. 17(1) Регламента Брюссель I bis должна толковаться так же, как и ст. 6 Регламента Рим I<sup>1</sup>, в целях поддержания единообразного правового режима в отношении потребительских договоров, исходя из коллизионных норм и правил международной подсудности. Финансовые же инструменты исключены из сферы регулирования Регламента Рим I.

Верховный суд Чешской Республики, в который обратилась П., счел необходимым для правильного разрешения возникшего спора обратиться в Суд ЕС. Как заметил Верховный суд Чешской Республики, если П. будет признана потребителем по смыслу ст. 17 (1) Регламента Брюссель I, то условие рамочного договора об исключительной компетенции кипрских судов не должно иметь юридической силы. Согласно ст. 25 (4) Регламента Брюссель I bis, соглашения о подсудности недействительны, если они противоречат положениям ст. 19 этого документа. Последняя статья допускает отступления от положений раздела 4 Регламента Брюссель I bis «Юрисдикция в отношении потребительских договоров» только в отношении соглашения: 1) заключенного после возникновения спора, 2) позволяющего потребителю подать иск в суды, отличные от указанных в разделе 4 упомянутого Регламента, или 3) соглашения, заключенного между

---

(2) Если потребитель заключает договор со стороной, которая не имеет постоянного места жительства в государстве — члене ЕС, но имеет филиал, агентство или другое представительство в одном из государств — членов ЕС, эта сторона в спорах, возникающих в связи с деятельностью филиала, агентства или представительства, считается имеющей постоянное место жительства в этом государстве — члене ЕС.

(3) Настоящий раздел не применяется к договору перевозки, кроме договора, который предусматривает за свою цену в совокупности проезд и проживание».

<sup>1</sup> См.: Regulation (EC) No 593/2008 of 17 June 2008 on the law applicable to contractual obligations (Rome I) // OJEU. L 177, 4.7.2008.

потребителем и его контрагентом по договору, оба из которых на момент заключения договора домицилированы или обычно проживают в одном и том же государстве — члене ЕС, и наделяющего компетенцией суды этого государства, при условии, что такое соглашение не противоречит его законодательству.

Между тем условие о подсудности в спорном рамочном договоре не удовлетворяет ни одному из перечисленных условий. Договор был заключен до возникновения спора. Содержащееся в нем соглашение о подсудности лишает П. права, предусмотренного ст. 18 (1) Регламента Брюссель I bis<sup>1</sup>, на обращение в суд государства — члена ЕС по месту ее жительства. И, наконец, стороны разбирательства на момент заключения рамочного договора имели место жительства и зарегистрированный офис соответственно в разных государствах — членах ЕС. В этих обстоятельствах верховный суд передал следующие вопросы на рассмотрение Суда ЕС для постановления предварительного решения: следует ли толковать ст. 17 (1) Регламента Брюссель I в том значении, что физическое лицо, участвующее по договору типа сделок *CFDs*, заключенному с брокерской компанией, в торговле на рынке *FOREX* через эту компанию-посредника, может рассматриваться в качестве потребителя? Должны ли при этом учитываться такие факторы, как стоимость сделок, осуществляемых по таким договорам, степень рисков финансовых потерь, связанных с их заключением, возможные знания или опыт лица в области финансовых инструментов или его активное поведение в таких сделках? Более того, имеет ли значение для целей такой классификации то обстоятельство, что финансовые инструменты не подпадают под действие ст. 6 Регламента Рим I?

На поставленные вопросы даны следующие ответы. Согласно прецедентной практике Суда ЕС ст. 17 (1) Регламента Брюссель I bis применяется при соблюдении трех условий: во-первых, стороной договора является потребитель, действующий в условиях, не связанных с его торговой деятельностью, бизнесом или профессией; во-вторых, договор между таким потребителем и профессионалом фактически был заключен; и, в-третьих, такой договор подпадает под

---

<sup>1</sup> Согласно ст. 18(1) Регламента Брюссель I bis потребитель может возбудить дело против другой стороны договора в судах государства — члена ЕС, в котором эта сторона имеет домицилий, или независимо от домицилия другой стороны в судах по месту жительства потребителя. Другая сторона договора может подать иск против потребителя только в суды государства — члена ЕС, где проживает потребитель (ст. 18 (2) Регламента Брюссель I bis). Положения данной статьи не влияют на право подачи встречного иска в суд, в котором рассматривается первоначальный иск в соответствии с разд. 4 Регламента Брюссель I bis.

один из критериев, указанных в п. «а»—«с» указанной статьи. Все эти условия должны быть соблюдены в совокупности, поэтому, если одно из трех условий не выполнено, международная подсудность не может быть определена по правилам, относящимся к потребительским договорам. В рассматриваемом деле вопрос касается первого из этих трех условий, а именно статуса стороны договора как потребителя.

Суд ЕС указал, что понятие «потребитель» в значении ст. 17, 18 Регламента Брюссель I bis должно толковаться ограничительно и определяться с учетом положения этого лица в рамках конкретного договора, исходя из его характера и цели, а не с учетом субъективной позиции лица. Одно и то же лицо может рассматриваться как потребитель в рамках одних сделок и как трейдер в контексте других. Лишь договоры, заключенные вне и независимо от какой-либо торговой или иной профессиональной деятельности или цели с единственным назначением — удовлетворение личных, потребительских нужд физического лица, — подпадают под специальный режим для защиты потребителя как стороны, считающейся более слабой в договоре. Эта особая защита не оправдана в случае договоров, целью которых является осуществление торговой или иной профессиональной деятельности, если она предусмотрена только в будущем. Следовательно, правила специальной подсудности, предусмотренные ст. 17—19 Регламента Брюссель I bis, применимы только в том случае, когда договор заключен между сторонами с целью непрофессионального использования соответствующих товаров или услуг.

Далее Суд ЕС установил: в представленных ему документах ничто не указывает на то, что заключение рамочного договора или сделок *CFDs* было частью профессиональной (коммерческой) деятельности П. На устных слушаниях П. заявила, не будучи опровергнутой, что на момент заключения этих контрактов она была студенткой университета и работала неполный рабочий день. По ее словам, она заключила данные контракты вне рамок своей профессиональной (коммерческой) деятельности.

Сфера действия положений раздела 4 гл. II Регламента Брюссель I bis, регулирующих подсудность по спорам с участием потребителей, распространяется на все виды договоров, за исключением договоров, указанных в ст. 17 (3) этого документа, а именно договоров перевозки, кроме тех, которые за фиксированную общую цену предусматривают комбинированные услуги по перевозке и проживанию (туристических договоров). Соответственно, такие финансовые инструменты, как сделки *CfDs*, подпадают под действие ст. 17—19 упомянутого Регламента.

Сфера применения указанных положений не ограничивается конкретной суммой сделок. Как указал генеральный адвокат в заключении по данному делу, если рассматриваемые нормы будут истолкованы как неприменимые к значительным финансовым инвестициям, инвестор не сможет в отсутствие установленного в Регламенте Брюссель I bis порога, при превышении которого сумма сделки считается значительной, предвидеть, сможет ли он воспользоваться защитой указанных правил. Однако это противоречило бы намерению (идее) законодателя ЕС, выраженному в п. 15 преамбулы упомянутого Регламента, согласно которому правила о подсудности должны быть в высшей степени предсказуемыми. Данный Регламент преследует именно цель правовой определенности, суть которой заключается в укреплении, усилении правовой защиты учрежденных в ЕС лиц, позволяя истцу легко определить суд, в который он может обратиться, а ответчику — разумно предвидеть, в каком суде он может быть призван к ответу.

После этого Суд ЕС подчеркнул: то обстоятельство, что заключение сделок *CfDs*, вероятно, повлечет для инвестора значительные риски в плане финансовых потерь, как таковое не имеет отношения к вопросу классификации инвестора в качестве потребителя в значении ст. 17(1) Регламента Брюссель I bis.

Относительно того, могут ли знания и опыт, которыми обладает П. в отношении сделок *CfDs*, лишить ее статуса потребителя, данный суд отметил: для того, чтобы лицо имело право на этот статус, достаточно, чтобы оно заключило договор с целью, не связанной с его коммерческой или иной профессиональной деятельностью. В той мере, в какой понятие «потребитель» по смыслу толкуемых здесь норм определяется в противоположность термину «трейдер», оно носит объективный характер и не зависит от знаний и информации, фактически имеющихся у соответствующего лица. Предположение о том, что потребительский статус контрагента может зависеть от знаний и информации, которыми он обладает в определенной области, а не от того, направлен ли заключенный договор на удовлетворение его личных потребностей, означало бы принять за отправную точку субъективную позицию этой стороны договора. Между тем согласно прецедентному праву ЕС потребительский статус лица должен определяться исключительно на основании положения этого лица в рамках конкретного договора, принимая во внимание его характер и цель.

Активное поведение (торговля) на рынке *FOREX* лица, размещающего заказы при посредничестве брокерской компании, предоставляющей соответствующие коммерческие услуги, и поэтому остающегося ответственным за возврат своих инвестиций, как таковое не

оказывает никакого влияния на характеристику этого лица в качестве потребителя в значении ст. 17(1) Регламента Брюссель I bis. Данная статья не требует от потребителя действовать (вести себя) определенным образом в контексте договора, заключенного с целью, которая не связана с его бизнесом или профессией.

По мнению Суда ЕС, именно национальный суд должен определить, действовала ли П. в рамках ее договорных отношений с компанией *FIBO* вне и независимо от какой-либо профессиональной (коммерческой) деятельности, и сделать из этого соответствующие выводы относительно ее статуса потребителя. В то же время для целей этой классификации не имеют значения такие факторы, как стоимость сделок, совершенных по контрактам типа *CfDs*, значительная степень риска финансовых потерь, связанных с заключением указанных договоров, возможные (любые) знания или опыт (навыки) П. в области финансовых инструментов или активное ее поведение в связи с совершаемыми сделками.

Далее Суд ЕС обратил внимание на следующее. В целях обеспечения соответствия целям, преследуемым законодательным органом ЕС в области потребительских договоров, и последовательности права ЕС уместен анализ понятия потребителя, содержащегося в других нормах европейского интеграционного права. Определение потребителя в ст. 6 (1) Регламента Рим I практически идентично по своему содержанию формулировке, содержащейся в ст. 17 (1) Регламента Брюссель I bis: в первом документе сходным образом установлено, что его положения применяются к договору, заключенному физическим лицом с целью, выходящей за рамки его бизнеса или профессии. Между тем ст. 6 (4)(d) Регламента Рим I вместе с положениями п. 28 и п. 30 преамбулы данного документа исключают применение его норм, рассчитанных на потребительские договоры, к правам и обязательствам, вытекающим из финансовых инструментов. Как следует из п. 30 преамбулы Регламента Рим I, финансовыми инструментами для целей применения данного документа являются инструменты, указанные в ст. 4 Директивы № 2004/39/ЕС<sup>1</sup>. К ним

<sup>1</sup> См.: Directive 2004/39/EC of the European Parliament and of the Council of 21 April 2004 on markets in financial instruments amending Council Directives 85/611/EEC and 93/6/EEC and Directive 2000/12/EC and repealing Council Directive 93/22/EEC. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32004L0039>. Приведенный документ утратил силу 3 января 2018 г. в соответствии с Директивой № 2014/65/ЕС. См.: Directive 2014/65/EU of the European Parliament and of the Council of 15 May 2014 on markets in financial instruments and amending Directive 2002/92/EC and Directive 2011/61/EU (recast). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32014L0065>

относятся, согласно п. 9 раздела «С» Приложения I к упомянутой Директиве, финансовые сделки *CfDs*.

Хотя из п. 7 преамбулы Регламента Рим I следует, что его материальная сфера действия и положения должны соответствовать Регламенту ЕС № 44/2001<sup>1</sup>, который был заменен Регламентом Брюссель I bis<sup>2</sup>, из этого, однако, не вытекает, по мнению Суда ЕС, что положения последнего документа должны толковаться в свете норм Регламента Рим I. В любом случае согласованность, последовательность, к которой стремится законодатель ЕС, не могут привести к толкованию положений Регламента Брюссель I bis, которое не соответствует системе и целям этого документа. Регламент Рим I и Регламент Брюссель I bis, как подчеркнул Суд ЕС, преследуют разные цели. Согласно абзацу первому ст. 1 (1) Регламента Рим I он применяется к ситуациям коллизии законов, касающихся договорных обязательств гражданского и торгового характера, для определения применимого материального права, тогда как Регламент Брюссель I bis предназначен для установления правил подсудности дел суду, обладающему компетенцией по гражданским и торговым спорам, и, в частности, спорам, касающимся договора, заключенного между коммерсантом и лицом, действующим вне рамок своей профессиональной деятельности, с тем, чтобы защитить последнего в такой ситуации. В связи с этим, поскольку финансовые инструменты, такие как сделки *CfDs*, подпадают под действие ст. 17–19 Регламента Брюссель I bis, отказ потребителю в процессуальной защите на том лишь основании, что такая защита недоступна ему в сфере коллизионного права, противоречил бы целям указанного Регламента. Из этого следует, что исключение финансовых инструментов из сферы действия ст. 6 Регламента Рим I не имеет, как счел Суд ЕС, отношения к квалификации лица в качестве потребителя в значении ст. 17 (1) Регламента Брюссель I bis<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> См.: Council Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters // Official Journal of the European Communities. L 012, 16.01.2001.

<sup>2</sup> При этом Суд ЕС напомнил: поскольку Регламент Брюссель I bis отменяет и заменяет Регламент ЕС № 44/2001, толкование этим судом положений последнего документа также актуально применительно к Регламенту Брюссель I bis, если положения этих двух правовых актов ЕС могут быть квалифицированы как эквивалентные (§ 38).

<sup>3</sup> Изложенная здесь позиция Суда ЕС получила в последующем поддержку при рассмотрении другого дела «AU v Reliantco Investments LTD and Reliantco Investments LTD Limassol Sucursala București». См.: Judgment of the Court of 2 April 2020 (§ 44–57), case C-500/18. ECLI:EU:C:2020:264.



Таким образом, ст. 17 (1) Регламента Брюссель I bis должна толковаться следующим образом. Физическое лицо, которое по договору типа сделки *Cfd*, заключенному с брокерской компанией, осуществляет торговлю на рынке *FOREX* через посредничество этой компании, может рассматриваться как потребитель в значении этого Регламента, если заключение такого договора не входит в сферу профессиональной (коммерческой) деятельности данного лица, что должен установить национальный суд. Для целей этой квалификации такие факторы, как стоимость сделок, осуществляемых по контрактам типа сделок *CfDs*, значительные риски финансовых потерь, связанные с заключением таких сделок, любые знания или опыт данного лица в области финансовых инструментов или его активное поведение (торговля) в рамках таких сделок как таковые, в принципе, не имеют значения. В этой ситуации не важно и то, что финансовые инструменты не подпадают под действие ст. 6 Регламента Рим I. Статья 17 (1) Регламента Брюссель I bis не должна толковаться так же, как ст. 6 (1) Регламента Рим I, поскольку эти правила не имеют одинаковой цели: нормы первого документа регулируют процедурные (процессуальные) вопросы, а правила второго призваны решить проблему коллизии законов в целях определения применимого материального права.

Исходя из приведенного постановления Суда ЕС можно сделать ряд теоретических выводов применительно к российской правовой действительности. В целях толкования правил ГПК РФ о международной подсудности спора не всегда следует принимать во внимание лишь нормы материального права относительно сущности содержащихся в них категорий, понятий и терминов; зачастую целесообразно исходить только из значения и цели процессуальной нормы, исторического контекста, в котором она была разработана и принята, и придавать этой норме автономное толкование.

Постановление Суда ЕС по делу «*Petruchová v FIBO*» заставляет задуматься над вопросом совершенствования правил ГПК РФ о международной подсудности на фоне их применения российскими судами, так скажем, не в пользу потребителя — слабой стороны спорных правоотношений.

Согласно озвученной позиции Суда ЕС национальные суды должны уделять пристальное внимание квалификации спорных материальных правоотношений для правильного определения своей компетенции. Заслуживает в этом плане одобрения позиция Свердловского областного суда по одному из дел по иску гражданки О. к компании *Innovative Securities Limited Capital Square* (Венгрия) о признании недействительным финансового инвестиционного до-

говора, применении последствий недействительности данной сделки и взыскании денежной суммы. Кировский районный суд г. Екатеринбурга, рассматривая данное дело в качестве суда первой инстанции, возвратил иск, сочтя его неподсудным российским судам. Однако Свердловский областной суд признал данный вывод необоснованным. По мнению последнего, возвращая исковое заявление, районный суд допустил ошибку в применении п. 2 ч. 1 ст. 135 ГПК РФ, поскольку вывод о неподсудности спора сделан преждевременно, должным образом не мотивирован. По ст. 402 ГПК РФ суды в Российской Федерации рассматривают по общему правилу дела с участием иностранных лиц, если организация-ответчик находится на территории Российской Федерации или гражданин-ответчик имеет место жительства в Российской Федерации. Наряду с этим российские суды компетентны разрешать такие дела, в том числе если ответчик имеет имущество на территории Российской Федерации и (или) распространяет рекламу в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», направленную на привлечение внимания находящихся на территории Российской Федерации потребителей, либо если иск вытекает из договора, по которому полное или частичное исполнение должно иметь место или имело место на территории Российской Федерации.

В частной жалобе на определение районного суда истица полагала ошибочным вывод суда о нераспространении на возникшие правоотношения сторон спора Закона о защите прав потребителей и о неподсудности дела российским судам, поскольку подписание спорного инвестиционного договора об оказании финансовых услуг и передача денежных средств осуществлялись на территории России (г. Екатеринбург). Отмечалось также, что организация-ответчик осуществляет свою деятельность, в том числе рекламную, на российской территории. Однако эти обстоятельства, перечисленные в том числе в исковом заявлении, по мнению областного суда, не получили должной правовой оценки со стороны районного суда. Более того, разрешение вопроса о характере возникших правоотношений, квалификации их с точки зрения законодательства о защите прав потребителей, согласно положениям ст. 148 ГПК РФ, относится к задачам судьбы на стадии подготовки дела к судебному разбирательству, как подчеркнул областной суд. В связи с этим предусмотренных действующим процессуальным законодательством оснований для возвращения иска, как счел областной суд, не имелось<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: апелляционное определение Свердловского областного суда от 6 мая 2020 г. по делу № 33-7129/2020.

**Определение международной подсудности на основе представленных сторонами сведений.** В отдельных судебных актах проанализированной судебной практики вышестоящий суд при обсуждении правильности установления международной подсудности указывает на необходимость исследования данного вопроса с учетом представленных стороной доказательств в ходе судебного заседания при рассмотрении дела.

Это далеко не простой вопрос, как может показаться на первый взгляд, он вызывает некоторые затруднения, в том числе у судов за пределами Российской Федерации. Так, в одном из дел Торговый суд Вены (*Handelsgericht Wien*) (Австрия) в целях правильного разрешения спора между инвестором — гражданином К. и финансовой организацией Barclays Bank поставил перед Судом ЕС следующий вопрос: необходимо ли при определении международной подсудности проводить всесторонний сбор доказательств (проводить детальное их изучение) в отношении спорных фактов, имеющих значение как для вопроса о подсудности, так и для обоснованности заявленного требования по существу, или же при решении упомянутого вопроса следует исходить только из истинности утверждений истца?<sup>1</sup>

На данный вопрос были даны следующие разъяснения. Регламент ЕС № 44/2001 не содержит прямого указания на объем обязательств по проверке, возлагаемых на национальный суд в ходе определения им международной подсудности. Хотя этот аспект является вопросом, по сути, внутреннего процессуального права, который упомянутый Регламент не призван унифицировать, применение соответствующих национальных правил тем не менее не должно снижать эффективность права ЕС. Цель правовой определенности требует, чтобы национальный суд, рассматривающий дело, мог легко вынести решение о своей компетенции без необходимости разрешения дела по существу. Суд, призванный вынести решение по спору, вытекающему из договора, может изучить по собственной инициативе существенные предпосылки своей компетенции на основе убедительных и значимых доказательств, представленных заинтересованной стороной и свидетельствующих о наличии или отсутствии договорного обязательства. В то же время на этапе определения международной подсудности суд, рассматривающий дело, не оценивает ни приемлемость, ни существо иска по нормам национального права, а лишь устанавливает связь с государством этого суда, которая оправдывает его компетенцию. Поэтому этот суд может исключительно в

<sup>1</sup> Harald Kolassa v Barclays Bank plc, Judgment of the Court of 28 January 2015, case C-375/13. ECLI:EU:C:2015:37 (§ 58–65).

целях подтверждения своей компетенции признать доказанными соответствующие утверждения истца, касающиеся предпосылок (условий) деликтной или квазиделиктной ответственности. Обязательство проводить всеобъемлющую процедуру доказывания по фактам, имеющим отношение как к компетенции суда, так и к существованию дела, уже на этой стадии разбирательства может повысить риск постановления заранее сформированного решения по делу (предопределить исход спора).

Таким образом, даже если суд не обязан на стадии определения международной подсудности проводить всесторонний сбор доказательств, если ответчик оспаривает утверждения истца, необходимо четко понимать, что как цель надлежащего отправления правосудия, так и должное уважение независимости суда при выполнении им своих функций требуют, чтобы этот суд имел возможность проверить свою компетенцию в свете всех представленных ему сведений, включая, в соответствующих случаях, возражения ответчика.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование зарубежного законодательства показывает, что установление общих норм о защите прав потребителей, которые консолидированы в едином нормативном правовом акте, является более эффективным при условии, что закрепленные в таком законе положения не могут изменяться в специализированных законах в сторону ухудшения положения потребителей в их взаимоотношениях с поставщиками, подрядчиками, исполнителями, в том числе если такие лица не являются профессиональными участниками гражданского оборота (как отношения *B2C*, так и отношения *C2C*).

В связи с этим Закон о защите прав потребителей должен быть комплексным нормативным правовым актом в области защиты потребителей, что исключает разработку и принятие самостоятельных отраслевых законов о защите потребителей отдельных видов товаров, работ, услуг. В целях исключения противоречий и пробелов в правовом регулировании в различных отраслевых законодательных актах, закрепления единых гарантий для потребителей вне зависимости от сферы отношений с их участием регулирование защиты потребителей должно быть объединено в едином федеральном законе.

Общепринятой практикой зарубежных правовых порядков, которая может быть воспринята отечественным законодательством, является отражение в Законе о защите прав потребителей следующих направлений правового регулирования:

**1) закрепление несправедливых условий договоров с участием потребителей.** Законодательство зарубежных стран о защите прав потребителей предусматривает защиту потребителей от несправедливых договорных условий и благодаря во многом подробному регулированию обеспечивает высокий уровень их защиты.

Представляется, что вопрос о несправедливых условиях договоров с участием потребителей нуждается в более детальном урегулировании отечественным законодательством. В частности, необходимо предусмотреть нормы о ничтожности условий договора с потребителем, которые противоречат требованиям законодательства и не ущемляют права потребителя по сравнению с правилами, установленными законом, или являются чрезмерно обременительными для потребителя. Следует также ввести правило, согласно которому бремя доказывания того, что условия договора с потребителем не являются противоречащими требованиям законодательства и не ущемляют права потребителя по сравнению с правилами, установленными

ми законом, а также не являются явно обременительными для потребителя, возлагается на продавца (исполнителя). Наряду с этим важно закрепить в Законе о защите прав потребителей правила оценки условия договора с потребителем. Оценка спорного условия должна производиться судом с учетом иных условий договора, обстоятельств, имеющих отношение к заключению договора, а также характера товаров или услуг, в отношении которых был заключен договор.

Представляется также обоснованным, по аналогии с законодательными актами ряда европейских стран (Бельгии, Италии и др.), предусмотреть в Законе о защите прав потребителей примерный перечень условий, которые могут рассматриваться как несправедливые. При этом обязательно должно быть указано, что данный перечень не является исчерпывающим и любые договорные условия могут быть предметом оценки суда.

Представляется, что примерный перечень несправедливых условий договоров с потребителем может включать в себя следующие:

- условия, исключающие или ограничивающие ответственность продавца (исполнителя) за вред, причиненный жизни и здоровью потребителя вследствие недостатков товара (работы, услуги);

- условия, исключающие или ограничивающие ответственность продавца за вред, причиненный имуществу потребителя вследствие недостатков товара (работы, услуги);

- условия, умаляющие законные права потребителя по предъявлению требований изготовителю (продавцу, исполнителю и пр.) в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения продавцом (исполнителем) своих обязательств по договору;

- условия, ставящие удовлетворение требований потребителей, предъявляемых в течение гарантийного срока, в зависимости от условий, не связанных с недостатками товаров (работ, услуг);

- условия, возлагающие на потребителей дополнительные расходы при предъявлении ими претензий изготовителю (продавцу, исполнителю и пр.) в отношении недостатков товара (работы, услуги);

- условия, позволяющие продавцу (исполнителю) удерживать сумму, уплаченную потребителем по договору, если последним принято решение об отказе от договора, в том числе в случае, если договор содержал условие о предварительной оплате потребителем товаров (работ, услуг);

- условия, обязывающие потребителя выполнять все свои обязательства по договору в случае, когда продавец (исполнитель) не выполняет свои обязательства по договору;

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) возможность изменять условия договора в одностороннем порядке без уважительной причины, указанной в договоре, и без уведомления об указанных изменениях потребителя;

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) право в одностороннем порядке без уважительной причины изменять характеристики предоставляемых потребителю товаров (работ, услуг);

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) право требовать от потребителя, не выполняющего или ненадлежащим образом выполняющего свои обязательства по договору, выплату непропорционально высокой неустойки;

– условия, предоставляющие продавцу (исполнителю) возможность передачи своих прав и обязанностей по договору без согласия потребителя, если это может привести к снижению гарантий прав последнего;

– условия, исключающие право потребителя на обращение в суд за защитой своих прав или использование иных средств защиты нарушенных прав либо препятствующие осуществлению такого права, в том числе условия об обязательной передаче спора на рассмотрение третейским судом, а также условия, возлагающие на потребителя бремя доказывания обстоятельств, которое в соответствии с законом должно лежать на другой стороне договора;

**2) закрепление в законодательстве понятия недобросовестной коммерческой практики.** Законодательство стран Европы содержит ряд норм, касающихся запрета применения недобросовестных коммерческих практик в отношениях с потребителями. Аналогичные нормы следует предусмотреть в отечественном законодательстве, поскольку запрет на осуществление такого рода коммерческих практик поможет оградить потребителей от недобросовестного поведения со стороны профессиональных участников оборота.

В связи с этим представляется необходимым закрепить в Законе о защите прав потребителей понятия недобросовестной коммерческой практики. Можно предложить следующее определение недобросовестной коммерческой практики: «недобросовестная коммерческая практика — деятельность продавца (исполнителя), которая противоречит принципу добросовестности и которая может существенным образом влиять на поведение среднего потребителя или среднего члена группы потребителей, если такая деятельность направлена на эту группу».

Следует предусмотреть, что коммерческая практика однозначно является недобросовестной в случае, если она является агрессивной



или направлена на введение потребителей в заблуждение. Можно предложить следующие определения указанных понятий:

– агрессивная коммерческая практика — деятельность продавца (исполнителя, владельца агрегатора), которая связана с применением в отношении потребителя неправомерных методов воздействия, в том числе в виде повторяющихся и не запрашиваемых потребителем уведомлений с предложением заключить договор через телефон, факс, электронную почту и иные средства связи, преследования или применения или угрозы применения физического принуждения, которые умаляют свободу воли потребителя и тем самым вынуждают его принять решение о приобретении товара (работы, услуги), которое не было бы им принято при отсутствии такого воздействия;

– вводящая в заблуждение коммерческая практика — деятельность, связанная с непредоставлением потребителю информации о контрагенте и (или) о товаре (работе, услуге), предоставление которой является обязательным в соответствии с законом, а также иной запрашиваемой потребителем информации, имеющей значение для совершения сделки, либо предоставлением такой информации не в полном объеме, либо ее умышленным искажением, либо предоставлением указанной информации в неясной, непонятной или двусмысленной форме либо несвоевременным образом, которое может повлиять на решение потребителя и заставить его принять такое решение, которое не было бы им принято в отсутствие указанных обстоятельств.

Также видится необходимым закрепление в Законе о защите прав потребителей перечня коммерческих практик, которые в любом случае считаются недобросовестными. При этом возможно ориентироваться на перечень, содержащийся в Приложении I к Директиве № 2005/29/ЕС. Закон должен включать указание, что данный перечень недобросовестных коммерческих практик не является исчерпывающим.

Наряду с этим важно предусмотреть последствия нарушения продавцом (исполнителем, иными лицами) запрета на использование недобросовестных коммерческих практик. Представляется возможным ввести правило, аналогичное норме ст. VI.38 Кодекса экономического права Бельгии, согласно которому в наиболее грубых случаях нарушения запрета на использование недобросовестных коммерческих практик (например, если договор был заключен под воздействием агрессивной коммерческой практики, когда потребителю дают понять, что он не сможет покинуть помещение до заключения договора, а также в некоторых других случаях, которые определяются в законе) потребитель вправе в разумный срок потребовать

возврата уплаченных сумм без возврата предоставленного продукта. Следует, кроме того, предусмотреть право потребителя на расторжение договора, заключенного вследствие использования продавцом или исполнителем недобросовестной коммерческой практики, и право потребителя требовать возврата уплаченных по такому договору сумм, а также возмещения убытков;

**3) надлежащее информирование потребителя.** Положительной оценки заслуживает детальная регламентация порядка предоставления информации потребителю до заключения договора в законодательстве европейских стран, а также требования к объему данной информации. Представляется, что появление подобных норм в отечественном законодательстве будет способствовать, во-первых, защите прав потребителей, а во-вторых, уменьшению количества споров, связанных с непредоставлением потребителю необходимой и достоверной информации о товаре или услуге, в том числе информации о качестве товара.

В Закон о защите прав потребителей нужно внести правило, в соответствии с которым информация о товаре, работе или услуге должна быть предоставлена потребителю до того, как им будут приняты обязательства по договору.

Наряду с этим нуждается в расширении круг информационных обязанностей субъектов, вступающих в правоотношения с потребителем. В частности, необходимо расширить перечень информации, которую изготовитель, продавец, исполнитель обязан сообщить потребителю в соответствии со ст. 9 Закона о защите прав потребителей: указанные лица должны доводить до сведения потребителей свои телефон и (или) адрес электронной почты (при наличии), а также адрес для направления потребителем претензий. Представляется, что такая информация должна быть указана продавцом или исполнителем на вывеске, поскольку тем самым обеспечиваются доступность и удобство ознакомления потребителя с информацией. Следует возложить на уполномоченные организации (уполномоченных индивидуальных предпринимателей) и владельцев агрегаторов обязанность доводить до сведения потребителя вышеуказанную информацию о продавце или исполнителе, свой номер телефона и (или) адрес электронной почты, а также адрес для направления потребителем претензий. Кроме того, целесообразно заимствовать из европейского законодательства и ввести требования в отношении доведения продавцом до сведения потребителей информации о функциональных свойствах и совместимости цифрового контента.

Отдельно нужно отметить необходимость установления повышенных требований к информированию потребителя при заключении

им кредитных договоров. Это важно прежде всего для повышения уровня защиты его прав. В то же время закрепление данных норм в конечном итоге будет иметь положительный эффект и для кредитных организаций, поскольку при должной информированности потребитель способен принять более взвешенное решение о заключении договора, что, в свою очередь, снижает риск того, что потребитель впоследствии окажется не в состоянии исполнить свои обязательства по договору;

**4) создание платформы для онлайн-урегулирования споров с участием потребителей.** Эффективность потребительского законодательства и соблюдение предоставленных потребителям прав напрямую зависят от создания и успешного функционирования доступных механизмов разрешения возникающих конфликтов. В рамках потребительских правоотношений расширение случаев обращения потребителей к механизмам разрешения споров, предъявление претензий даже по небольшим требованиям будут способствовать повышению соблюдения прав потребителей со стороны бизнеса, а также покупательской активности. Именно поэтому тенденцией развития зарубежного законодательства в области защиты прав потребителей выступает создание онлайн-платформ по разрешению споров с участием потребителей, например, в рамках ЕС существует платформа с удобным и простым интерфейсом, позволяющая урегулировать возникшие конфликты.

Полезным представляется заимствование опыта Бразилии. Помимо особенностей функционирования платформы *Consumidor.gov.br*, отмеченных в основной части настоящей работы, интересно обратить внимание на те факторы, которые могут оказать влияние на заинтересованность бизнеса и потребителей в использовании аналогичной платформы в России.

Стоит отметить, что сайт *Consumidor.gov.br* не взаимодействует с организациями, осуществляющими альтернативное урегулирование споров. Сама платформа предоставляет возможность прямого взаимодействия между сторонами. Лицо, предоставляющее посреднические услуги, отсутствует.

Наибольшим стимулом для компаний, использующих платформу, является возможность уменьшить количество судебных споров по искам потребителей. Например, в 2018 г. через платформу было рассмотрено 500 тыс. жалоб с 80%-ной долей положительного результата. Это может означать уменьшение на полмиллиона исков, поданных в судебные органы. Кроме того, информация, содержащаяся в базе данных, может позволить детально проанализировать проблемы, связанные с продуктами и услугами трейдеров, начиная с производ-

ства, коммуникации и заканчивая дистрибуцией, что, в свою очередь, позволит принять меры по улучшению их качества.

Стимулом для участия потребителей в работе платформы является возможность быстрого реагирования на их проблемы (и, следовательно, их разрешения). В настоящее время 80% жалоб, зарегистрированных на сайте, решаются компаниями, которые реагируют на запросы потребителей в среднем в течение семи дней. Для сравнения специальные гражданские суды реагируют в среднем через три-четыре года. Таким образом, стимулом для потребителей к использованию платформы выступает ее понятный, быстрый и эффективный сервис.

В связи с этим представляется важным предусмотреть на уровне закона меры, направленные на повышение заинтересованности как компаний, так и потребителей в разрешении конфликтов не в судебной форме, а путем обращения к платформе урегулирования споров.

Наконец, *Consumeridor.gov.br* субсидируется государством. Таким образом, у компаний есть стимулы для использования бесплатной инфраструктуры урегулирования споров. То же самое относится и к потребителям, так как платформа является простой и недорогой услугой для решения проблем потребителей, на решение которой потребуются годы судебных разбирательств;

**5) унификация законодательства о защите прав потребителей в сфере электронной торговли и защиты персональных данных.** Французское законодательство, доктрина, правоприменительная практика распространяют гарантии защиты прав потребителей в сфере электронной торговли и защиты персональных данных на участников медиакоммуникаций, в том числе пользователей социальных сетей, которые рассматриваются в статусе потребителей. Государственный банковский надзор осуществляет контроль финансовой деятельности французских резидентов — участников цифровых медиакоммуникаций в интернет-пространстве. Данный опыт может быть воспринят российским законодательством, в котором до настоящего времени не разграничены режимы больших и персональных данных, не выработаны единообразные подходы к сбалансированному нормативному закреплению прав и обязанностей агрегатора, продавца и покупателя в цифровой торговле, не гармонизировано сложившееся регулирование правоотношений на рынках онлайн- и офлайн-продаж.

Полезной представляется также имплементация подходов, примененных в *GDPR*, что способствовало бы не только повышению гарантий защиты персональных данных потребителей, но и соответ-

ствию отечественного законодательства самым высоким международным стандартам. В частности, в действующем Законе о персональных данных наряду с имеющимися принципами обработки персональных данных важно отразить принцип обеспечения конфиденциальности данных, а также принцип ответственности оператора за соблюдение обработки персональных данных. Целесообразно также предусмотреть в отечественном законодательстве аналог европейского права на переносимость данных (*right to data portability*) в целях обеспечения субъектам данных более широких возможностей по выбору иных операторов без существенных временных или иных затрат.

В целях защиты потребителей от необоснованного отказа в заключении публичного договора по причине непредоставления им персональных данных нужно законодательно закрепить правило о недопустимости отказа лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность, от заключения договора с потребителем в случае непредоставления последним своих персональных данных при условии, что обработка таких данных не является необходимой для исполнения обязательств по договору;

**б) распространение гарантий защиты прав потребителей на сферу оказания финансовых услуг.** Представляется возможным, ориентируясь на положительный опыт зарубежных стран (в частности Бельгии), установить в отечественном законодательстве правило о распространении гарантий прав потребителей на отношения, связанные с оказанием гражданам-потребителям финансовых услуг. Данное решение призвано способствовать улучшению правового положения граждан и повышению уровня их защищенности.

# ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНЫХ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТОВ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

## ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ

1. Регламент (ЕС) № 254/2014 Европейского парламента и Совета ЕС от 26 февраля 2014 г. о многолетней потребительской программе на 2014–2020 годы и об отмене решения № 1926/2006/ЕС (Regulation (EU) № 254/2014 of the European Parliament and of the Council of 26 February 2014 on a multiannual consumer programme for the years 2014–20 and repealing Decision № 1926/2006/ЕС) [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014R0254> (на англ. языке).
2. Регламент (ЕС) Европейского парламента и Совета ЕС № 2016/679 от 27 апреля 2016 г. «О защите физических лиц в связи с обработкой персональных данных и о свободном перемещении таких данных, а также об отмене Директивы 95/46/ЕС (Общий регламент защиты персональных данных)» (Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/ЕС (“General Data Protection Regulation”). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679> (на англ. языке); <https://base.garant.ru/71936226/> (на рус. языке).
3. Директива Совета Европейских сообществ № 85/374/ЕЭС от 25 июля 1985 г. «Относительно сближения законодательств государств-членов, касающихся ответственности за выпуск неисправной продукции» (Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products). [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/GA/TXT/?uri=CELEX:31985L0374> (на англ. языке); <http://base.garant.ru/2565750> (на рус. языке).
4. Директива Совета Европейских сообществ № 93/13/ЕЭС от 5 апреля 1993 г. «О несправедливых условиях в договорах с потребителями» (Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts) [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A31993L0013> (на англ. языке); <http://base.garant.ru/2565749/> (на рус. языке).
5. Директива Европейского парламента и Совета ЕС № 2002/65/ЕС от 23 сентября 2002 г. «О дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг и об изменении Директивы Совета № 90/619/ЕЭС и Директив № 97/7/ЕС и 98/27/ЕС» (Directive 2002/65/ЕС of the European Parliament and of the Council of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services and amending Council Directive

*Перечень основных нормативных правовых актов в сфере защиты потребителей...*

- 90/619/EEC and Directives 97/7/EC and 98/27/EC). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32002L0065> (на англ. языке); <https://base.garant.ru/2568233/> (на рус. языке).
6. Директива Европейского парламента и Совета ЕС № 2005/29/ЕС от 11 мая 2005 г. «О недобросовестной коммерческой практике в отношении между предпринимателями и потребителями на внутреннем рынке Европейского союза» (Directive 2005/29/EC of the European Parliament and the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) № 2006/2004 of the European Parliament and of the Council (“Unfair Commercial Practices Directive”). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029> (на англ. языке); <http://base.garant.ru/2569782/> (на рус. языке).
  7. Директива Европейского парламента и Совета ЕС № 2008/48/ЕС от 23 апреля 2008 г. «О договорах потребительского кредитования и об отмене Директивы Совета ЕС 87/102/ЕЭС» (Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2008/48/oj> (на англ. языке); <http://base.garant.ru/2568907/> (на рус. языке).
  8. Директива Европейского парламента и Совета Европейского союза от 25 октября 2011 г. № 2011/83/ЕС «О правах потребителей» (Directive 2011/83/EU of the European Parliament and the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council) [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32011L0083> (на англ. языке); <http://base.garant.ru/70205196/> (на рус. языке).
  9. Директива (ЕС) Европейского парламента и Совета ЕС № 2019/770 от 20 мая 2019 г. «О некоторых вопросах, касающихся договоров поставки цифрового контента и цифровых услуг» (Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019L0770> (на англ. языке)
  10. Директива (ЕС) Европейского парламента и Совета ЕС № 2019/771 от 20 мая 2019 г. «О некоторых вопросах, касающихся договоров купли-продажи товаров, об изменении Регламента (ЕС) № 2017/2394 и Директивы № 2009/22/ЕС, а также об отмене Директивы № 1999/44/ЕС» (Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods, amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and repealing Directive 1999/44/EC). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0771> (на англ. языке).
  11. Директива (ЕС) Европейского парламента и Совета ЕС № 2019/2161 от 27 ноября 2019 г. «О внесении изменений в директиву Совета 93/13/ЕЭС и Директивы № 98/6/ЕС, 2005/29/ЕС и 2011/83/ЕС Европейского парламента и Совета в отношении улучшения правоприменения и модерни-



- зации правил защиты прав потребителей Союза» (Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules) [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L2161&from=EN> (на англ. языке)
12. Директива (ЕС) № 2020/1828 Европейского парламента и Совета ЕС от 25 ноября 2020 г. о представительских исках для защиты коллективных интересов потребителей и об отмене Директивы № 2009/22/ЕС (Directive (EU) 2020/1828 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2020 on representative actions for the protection of the collective interests of consumers and repealing Directive 2009/22/EC). URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L\\_.2020.409.01.0001.01.ENG](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2020.409.01.0001.01.ENG) (на англ. языке).

## ГОСУДАРСТВА — ЧЛЕНЫ ЕС

### БЕЛЬГИЯ

1. Гражданский кодекс 1804 г. (Code Civil) [Electronic resource]. URL: [http://www.erickirsch.be/civilicc/code\\_civil.PDF](http://www.erickirsch.be/civilicc/code_civil.PDF) (на фр. языке).
2. Судебный кодекс 1967 г. (Code Judiciaire) [Electronic resource]. URL: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/fr/be/be174fr.pdf> (на фр. языке).
3. Кодекс экономического права 2013 г. (Code de droit économique) [Electronic resource]. URL: <http://superdroit.be/files/Code%20de%20droit%20C3%A9conomique%2025jan2016.pdf> (на фр. языке).
4. Закон от 24 января 1977 г. «О защите здоровья потребителей в отношении пищевых и других продуктов» (Loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits) [Electronic resource]. URL: [https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth\\_theme\\_file/1977012405\\_f\\_0.pdf](https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/1977012405_f_0.pdf) (на фр. языке).
5. Закон от 15 мая 2007 г. «О защите потребителей в отношении услуг мобильной связи и радиовещания» (Loi du 15 mai 2007 relative à la protection des consommateurs en ce qui concerne les services de radiotransmission et de radiodistribution) [Electronic resource]. URL: [https://www.etaamb.be/fr/loi-du-15-mai-2007\\_n2007011261.html](https://www.etaamb.be/fr/loi-du-15-mai-2007_n2007011261.html) (на фр. языке).
6. Закон от 28 августа 2011 г. «О защите потребителей в отношении договоров использования таймшера, долгосрочных туристских продуктов, перепродажи и обмена» (Loi du 28 août 2011 relative à la protection des consommateurs en matière de contrats d'utilisation de biens à temps partagé, de produits de vacances à long terme, de revente et d'échange) [Electronic resource]. URL: [https://www.etaamb.be/fr/loi-du-28-aout-2011\\_n2011011331.html](https://www.etaamb.be/fr/loi-du-28-aout-2011_n2011011331.html) (на фр. языке).
7. Закон от 4 апреля 2014 г. «О страховании» (Loi du 4 avril 2014 relative aux assurances) [Electronic resource]. URL: [https://www.etaamb.be/fr/loi-du-04-avril-2014\\_n2014011239.html](https://www.etaamb.be/fr/loi-du-04-avril-2014_n2014011239.html) (на фр. языке).

## *Перечень основных нормативных правовых актов в сфере защиты потребителей...*

8. Закон от 30 июля 2018 г. «О защите физических лиц в сфере обработки персональных данных» (Loi du 30 juillet 2018 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel) [Electronic resource]. URL: <https://www.etaamb.be/fr/loi-du-30-juillet-2018-n2018040581.html> (на фр. языке).

### **ИТАЛИЯ**

1. Потребительский кодекс Италии 2005 г. (Codice del consumo) [Electronic resource]. URL: <http://www.codicedelconsumo.it/> (на ит. языке); <https://www.consumatori.it/images/stories/documenti/Codice%20del%20consumo%20english%20version.pdf> (на англ. языке).
2. Закон от 12 апреля 2019 г. № 31 «О групповом иске» (Legge 12 aprile 2019, n. 31 «Disposizioni in materia di azione di classe»). URL: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2019/04/18/19G00038/sg> (на ит. языке).

### **ФРАНЦИЯ**

1. Потребительский кодекс от 27 июля 1993 г. (Code de la consommation) [Electronic resource]. URL: [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte\\_lc/LEGITEXT000006069565?etatTexte=VIGUEUR&etatTexte=VIGUEUR\\_DIFF](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069565?etatTexte=VIGUEUR&etatTexte=VIGUEUR_DIFF) (на фр. языке).
2. Кодекс почтовой и электронной связи от 14 марта 1962 г. (Code des postes et des communications électroniques) [Electronic resource]. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006070987> (на фр. языке).
3. Закон от 7 октября 2016 г. № 2016-1321 «О цифровой Республике» (Loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique) [Electronic resource]. URL: [https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000033202746?init=true&page=1&query=La+loi+pour+une+R%C3%A9publique+num%C3%A9rique&searchField=ALL&tab\\_selection=all](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000033202746?init=true&page=1&query=La+loi+pour+une+R%C3%A9publique+num%C3%A9rique&searchField=ALL&tab_selection=all) (на фр. языке).
4. Закон от 3 декабря 2020 г. № 2020-1508 об отдельных положениях, касающихся адаптации к праву Европейского союза в экономической и финансовой сфере (Loi n° 2020-1508 du 3 décembre 2020 portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne en matière économique et financière). URL: [https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000042607095?init=true&page=1&query=transposition+Directive+2019%2F770+%&searchField=ALL&tab\\_selection=all](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000042607095?init=true&page=1&query=transposition+Directive+2019%2F770+%&searchField=ALL&tab_selection=all) (на фр. языке).

### **ИНЫЕ ГОСУДАРСТВА**

#### **БРАЗИЛИЯ**

1. Кодекс защиты прав потребителей Бразилии от 11 сентября 1990 г. (Lei № 8.078 de 11 de Setembro de 1990 — Código de Defesa do Consumidor (CDC)) [Electronic resource]. URL: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/)

## *Перечень основных нормативных правовых актов в сфере защиты потребителей...*

- leis/18078.htm (на порт. языке); [http://www.procon.rj.gov.br/procon/assets/arquivos/arquivos/CDC\\_Novembro\\_2014\\_Ingles.pdf](http://www.procon.rj.gov.br/procon/assets/arquivos/arquivos/CDC_Novembro_2014_Ingles.pdf) (на англ. языке).
2. Закон о защите персональных данных № 13709 от 14 августа 2018 г. (Lei № 13.709 de 14 de Agosto de 2018 — Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)) [Electronic resource]. URL: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm) (на порт. языке); [https://iapp.org/media/pdf/resource\\_center/Brazilian\\_General\\_Data\\_Protection\\_Law.pdf](https://iapp.org/media/pdf/resource_center/Brazilian_General_Data_Protection_Law.pdf) (на англ. языке).

### **ВЕЛИКОБРИТАНИЯ**

1. Закон о правах потребителей 2015 г. (Consumer Rights Act 2015 («CRA»)) [Electronic resource]. URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/contents/enacted> (на англ. языке).
2. Закон о защите потребителей 1987 г. (Consumer Protection Act 1987 («CPA»)) [Electronic resource]. URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1987/43/contents> (на англ. языке).
3. Закон о предпринимательстве 2002 г., часть 8 (Enterprise Act 2002 («EA02»)), part 8 [Electronic resource]. URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/40/contents> (на англ. языке).
4. Правила о потребительских договорах (информация, расторжение и дополнительные сборы) 2013 г. (Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulation 2013) [Electronic resource]. URL: <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2013/3134/contents/made> (на англ. языке).
5. Правила о защите потребителей от недобросовестной торговли 2008 г. (Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 («CPRs»)) [Electronic resource]. URL: <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2008/1277/contents/made> (на англ. языке).
6. Общие правила о безопасности продукции 2005 г. (General Product Safety Regulations 2005 («GPSR»)) [Electronic resource]. URL: <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2005/1803/contents/made> (на англ. языке).

### **США**

1. Закон от 27 октября 1972 г. «О безопасности потребительских товаров» (Consumer Product Safety Act, CPSA) [Electronic resource]. URL: <https://www.cpsc.gov/Regulations-Laws--Standards/Statutes>; [https://www.cpsc.gov/s3fs-public/pdfs/blk\\_media\\_cpca.pdf?epslanguage=en](https://www.cpsc.gov/s3fs-public/pdfs/blk_media_cpca.pdf?epslanguage=en) (на англ. языке).
2. Закон от 14 августа 2008 г. «О повышении безопасности потребительских товаров» (разд. 16 Электронного свода федеральных правил) (Consumer Product Safety Improvement Act, CPSIA) [Electronic resource]. URL: [https://www.cpsc.gov/s3fs-public/pdfs/blk\\_pdf\\_cpia.pdf](https://www.cpsc.gov/s3fs-public/pdfs/blk_pdf_cpia.pdf) (первоначальная редакция на англ. языке); [https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=ef4f6e62fa3b14abc52400df949e040e&c=ecfr&tpl=/ecfrbrowse/Title16/16cfrv2\\_02.tpl#1000](https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=ef4f6e62fa3b14abc52400df949e040e&c=ecfr&tpl=/ecfrbrowse/Title16/16cfrv2_02.tpl#1000) (Title 16 of Electronic Code of Federal Regulations (eCFR), текущая редакция на англ. языке).
3. Федеральный закон от 25 июня 1938 г. «О продовольствии, медикаментах и косметике» (The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, FD&C Act) [Electronic resource]. URL: <https://uscode.house.gov/browse/prelim@title21&edition=prelim> (на англ. языке).

*Перечень основных нормативных правовых актов в сфере защиты потребителей...*

4. Принципы честной информационной практики (Fair Information Practice Principles, FIPPs) [Electronic resource]. URL: <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/privacy-online-report-congress/priv-23a.pdf> (на англ. языке).
5. Закон штата Калифорнии от 28 июня 2018 г. «О конфиденциальности потребителей» (The California Consumer Privacy Act, CCPA) [Electronic resource]. URL: [https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill\\_id=201720180AB375](https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=201720180AB375) (на англ. языке).

*Научное издание*

**ЗАЩИТА  
ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ:  
В ПОИСКАХ  
ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ**

Монография

Ответственные редакторы  
*С.А. Сеницын, М.Л. Шелютто*

Подписано в печать 20.08.2021.  
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Гарнитура Newton.  
Печать цифровая. Усл. печ. л. 16,75. Уч.-изд. л. 17,6.  
Тираж 500 экз. (1-й завод 1–50 экз.). Заказ № .

ООО «ЮРИДИЧЕСКАЯ ФИРМА КОНТРАКТ»  
Москва, ул. Б. Ордынка, д. 29, стр. 1, офис 001  
Тел.: (495)953-44-65; +7 968-547-04-31  
E-mail: [hinchukv@mail.ru](mailto:hinchukv@mail.ru)  
Наш сайт: [www.izdatkontrakt.ru](http://www.izdatkontrakt.ru)

Институт законодательства и сравнительного правоведения  
при Правительстве Российской Федерации