

Об особенностях click-wrap-соглашений

05.11.2020 г.

В современных условиях договор, заключенный дистанционно, может принимать форму **click-wrap**-соглашения, заключаемого путем щелчка мышью по клавише «я согласен», если это сопровождается текстом такого договора и описанием ценовых и иных условий сделки.



Роспотребнадзор при рассмотрении споров о добросовестности используемых продавцами и исполнителями приемов и техник заключения **click-wrap**-соглашений придерживается позиции, согласно которой само по себе наличие подписи под указанными условиями или т.н. «галочки» под отдельными элементами соглашения (о приобретении дополнительных услуг) не свидетельствует о том, что данная подпись была получена в порядке свободного волеизъявления и о наличии у потребителя возможности отказаться от данного условия.

К обстоятельствам, очевидно свидетельствующим о том, что согласие потребителя было явно и осознанно выраженным, относятся, в частности, следующие условия:

- ❖ потребителем получена полная и достоверная информация о товаре (услуге) (т.е. к элементам волеизъявления потребителя (в т.ч. отметки о согласии под отдельными условиями («галочки»)) прилагается текст с описанием ключевых потребительских свойств приобретаемой услуги и потребитель без дополнительных переходов по ссылкам и документам может сформировать безошибочное представление о полезности приобретаемой услуги (товара) и условиях ее (его) приобретения);
- ❖ в веб-форме или программном обеспечении отсутствуют заранее проставленные отметки («галочки»), которые сами по себе порождают возникновение юридически значимых последствий (в гражданском праве молчание не является формой согласия, поэтому, если продавец или исполнитель рассчитывает на то, что невнимательность клиента приведет к приобретению им дополнительных услуг, несению дополнительных расходов или отказу от каких-либо прав – это может рассматриваться как недобросовестное поведение и ненадлежащая практика, недопустимые по смыслу статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

В случае, если потребители столкнулись с ситуацией ущемления своих прав, в том числе имущественных, т.е. понесли незапланированные расходы, были лишены возможности отказа от оплаты ненужных опций (в том числе дополнительных товаров и услуг) необходимо обращаться к виновному лицу (в данном случае - к исполнителю услуг) с претензией, а в случае если вопрос не разрешен – в территориальные органы Роспотребнадзора, приложив к обращению необходимые документированные доказательства, а также претензионную переписку.

Роспотребнадзор обращает особое внимание на тот факт, что навязывание дополнительных услуг статьей 16 Закона «О защите прав потребителей» запрещено. Компания, виновная в нарушении одного из основополагающих прав потребителей на свободный выбор услуг, должна возместить потребителю все убытки, включая цену навязанной услуги. Указанные недобросовестные действия могут быть основанием для проведения административного расследования, а в случае получения массовых жалоб – предметом группового иска со стороны Роспотребнадзора в защиту группы пострадавших потребителей.

Ссылка на источник статьи:

https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=15893