

Закон Грузии

О защите прав потребителя

Глава I

Общие положения

Статья 1. Цель Закона

Целью настоящего Закона является определение правовых основ прав потребителя и содействие культуре поведения, основанного на уважении потребителя.

Статья 2. Сфера, регулируемая Законом

1. Настоящий Закон определяет общие принципы защиты прав потребителя, который вступает в правовые отношения с торговцем в целях использования его товаров или услуг для личных нужд.
2. Действие настоящего Закона распространяется также на договоры со смешанными целями, в которых интерес личного пользования преобладает над коммерческим интересом. Неясность, связанная с преимуществом интереса в договорах, должна решаться в пользу потребителя.
3. В целях защиты прав потребителей преимущество отдается специальному законодательству, регулирующему соответствующую сферу, если оно не ухудшает права потребителя, установленные настоящим Законом. Эта оговорка не может разъясняться таким образом, чтобы вызывать дублирование предусмотренных разными нормативными актами санкций за совершение одного и того же нарушения.
4. Действие настоящего Закона не распространяется на договоры, согласно которым торговец действует в пределах публичных полномочий, предоставленных административным договором, предусмотренным подпунктом «ж» части первой статьи 2 Общего административного кодекса Грузии, кроме случая заключения торговцем с потребителем договора, по которому коммерческий интерес торговца является преимущественным.

Статья 3. Недопустимость дискриминации в потребительских отношениях

1. Во время обеспечения доступности или поставок публично предложенных товаров или услуг дискриминация потребителя не допускается.
2. Дискриминацией не считается неравное отношение к лицам, оправданное законной целью; при этом механизм достижения этой цели является необходимым и соразмерным.
3. В случае представления лицом, которое считает, что оно подверглось дискриминации, фактов, создающих презумпцию дискриминации, бремя доказывания возлагается на торговца.
4. В случае подтверждения факта дискриминации потребителя он получает право требования возмещения как имущественного, так и неимущественного (морального) вреда.

Статья 4. Разъяснение терминов

Для целей настоящего Закона используемые в нем термины имеют следующие значения:

- а) **заявитель** – любое лицо, обратившееся в юридическое лицо публичного права – Национальное агентство конкуренции Грузии или в уполномоченный орган, определенный статьей 28 настоящего Закона, в связи с нарушением или (и) предполагаемым нарушением прав потребителя, независимо от того, причинен ли вред непосредственно его интересу;
- б) **продажная цена** – последняя цена единицы или определенного количества товаров или услуг, включающая налог на добавленную стоимость и другие налоги;



в) **связанный договор** – договор, согласно которому потребитель приобретает товары или услуги и который связан с дистанционным договором или с договором, заключенным вне предприятия; при этом эти товары или услуги предоставляются торговцем или третьим лицом на основании соглашения, заключенного между торговцем и третьим лицом;

г) **дистанционный договор** – договор, заключенный между торговцем и потребителем с применением одного или нескольких средств только дистанционной коммуникации, посредством дистанционной купли-продажи или организованной схемы поставки услуг и не требующий одновременного физического присутствия потребителя и торговца. При этом договор не считается дистанционным договором, если потребитель и торговец пришли к согласию относительно договорных условий в пределах предприятия и договор был оформлен дистанционно только после указанного;

д) **цена за единицу** – окончательная цена товара или услуги, включающая налог на добавленную стоимость и другие налоги, для следующих единиц: один килограмм, один литр, один метр, один квадратный метр, один кубический метр либо для других единиц, используемых, как правило, в Грузии для измерения;

е) **коммерческая гарантия** – дополнительно и безвозмездно взятые на себя торговцем или производителем (лицом, предоставляющим гарантию) обязательства по возмещению уплаченной цены в пользу потребителя, по замене, ремонту товаров, помимо обязательства по обеспечению соответствия договору, или другие обязательства по оказанию услуг, не вытекающие из обязательства по устранению несоответствия с договором;

ж) **коммерческая деятельность** – любые действия, бездействие, поведение, объяснения, коммерческая коммуникация торговца, в том числе, реклама и маркетинг, непосредственно связанные с продажей либо поставкой товаров или услуг потребителю либо с содействием продажам товаров или услуг;

з) **торговец** – любое физическое лицо, юридическое лицо или объединение лиц, которые действуют в пределах коммерческой деятельности, а также любое другое лицо, действующее от имени торговца или по его поручению;

и) **потребитель** – любое физическое лицо, которому предлагают или которое приобретает и в дальнейшем использует товары или услуги преимущественно в целях личного пользования, а не для осуществления торговой, предпринимательской, ремесленной или иной профессиональной деятельности;

к) **предприятие** – любой недвижимый объект или движимый объект, где торговец, как правило, осуществляет коммерческую деятельность;

л) **договор, заключенный вне предприятия**, – любой договор, заключенный между торговцем и потребителем вне предприятия и предусматривающий одновременное физическое присутствие торговца и потребителя; договор, заключенный в пределах предприятия или с применением любого средства дистанционной коммуникации незамедлительно после получения потребителем вне предприятия непосредственно от торговца индивидуального предложения о заключении договора, при одновременном физическом присутствии торговца и потребителя; договор, заключенный во время проведения экскурсии, организованной торговцем для содействия продаже товаров или услуг, либо влекущий такой результат. Договор, оформленный в нотариальном бюро в результате совершения нотариальных действий, не считается договором, заключенным вне предприятия;

м) **товар** – любая движимая вещь, а также имущественное благо, размещенное в ней или (и) распространенное в цифровой форме;

н) **публичный аукцион** – метод продажи, во время применения которого на основе поданной торговцем конкурентной и прозрачной заявки товары или услуги предлагаются потребителю, который присутствует лично или которому предоставляется возможность лично присутствовать на публичном аукционе, на котором лицо, заявившее самую высокую цену, обязано приобрести эти товары или услуги;

о) **финансовые услуги** – услуги, связанные с финансовыми инструментами или (и) финансовыми операциями;

п) **Кодекс поведения** – соглашение или порядок, не являющийся по закону обязательным для исполнения и устанавливающий поведение торговца, который согласно Кодексу поведения берет на себя обязательства в сфере одной или более одной коммерческой деятельности;

р) **цифровое содержание** – данные, произведенные или предоставленные в цифровой форме;

с) **долговечный носитель** – любой инструмент, обеспечивающий длительное хранение информации и ее репродуцирование в неизменном виде в течение времени, необходимого для использования этой информации.



Основные права и обязательства

Статья 5. Основное обязательство по предоставлению потребителю информации

1. Торговец до заключения договора обязан четко и понятно предоставлять потребителю на государственном языке Грузии следующую достоверную и полную информацию (если эта информация не очевидна сама по себе):

а) о наименовании товаров или услуг, соответствующих существенных характеристиках производителя и товаров или услуг, с учетом специфики (в том числе, размера, возможностей) носителя информации;

б) о личности (наименовании) торговца и его адресе (юридическом адресе); в случае наличия – об адресе электронной почты, номере факса и телефонном номере торговца, по которым потребитель может осуществлять быструю и эффективную коммуникацию с торговцем; в случае наличия – контактную информацию торговца, от имени которого действует указанное лицо;

в) в случае наличия – о наименовании объекта, замены, ремонта и технического обслуживания товара и его адресе, если он отличается от адреса, указанного в подпункте «б» настоящего пункта;

г) о цене товаров или услуг с указанием основных расходов и дополнительных расходов (в том числе, расходов на транспортировку, пересылку, монтаж и другие расходы), а если исходя из природы товара или услуги невозможно произвести предварительный расчет указанной цены, – о порядке ее расчета, а также информацию о том, что могут возникнуть дополнительные расходы;

д) в случае наличия – об условиях уплаты, поставки товаров или услуг и исполнения обязательства, а также о порядке рассмотрения торговцем требования потребителя;

е) о законной гарантии, в случае наличия – о коммерческой гарантии, а также об условиях дальнейшего оказания услуг потребителю;

ж) в случае наличия – о сроках действия договора, а если договор заключен на неопределенный срок или срок договора продлевается автоматически, – об условиях отказа от договора;

з) в случае наличия – об обязательствах потребителя и минимальных сроках их исполнения /продолжительности их действия;

и) о функциональных характеристиках цифрового содержания, в том числе, в случае наличия – о технических средствах, используемых для его защиты, а также в случае наличия – любую информацию о совместимости цифрового содержания с аппаратным или программным обеспечением, о которой известно или должно было быть известно торговцу;

к) в случае наличия – об условиях отказа от договора.

2. В случае с публичным аукционом потребителю вместо информации о торговце, предусмотренной подпунктом «б» пункта первого настоящей статьи или подпунктом «а» пункта первого статьи 10 настоящего Закона, может быть предоставлена та же информация об организаторе аукциона.

3. Информация, предусмотренная пунктом первым настоящей статьи, является неотъемлемой частью договора, заключенного между торговцем и потребителем, и может быть изменена только в случае четко выраженного согласия сторон.

4. Требования, установленные пунктом первым настоящей статьи, не распространяются на мелкие бытовые сделки, заключаемые для удовлетворения ежедневных потребностей, если они исполняются сразу после заключения договора.

5. Бремя доказывания соответствия информации, установленной настоящей статьей и статьями 6, 7 и 9–12 настоящего Закона, требованиям ее предоставления возлагается на торговца.

6. В случае нарушения торговцем требований по предоставлению информации, связанной с дополнительными расходами, или (и) информации, установленной подпунктом «г» пункта первого настоящей статьи и подпунктами «б» и «е» пункта первого статьи 10 настоящего Закона, на потребителя не возлагается обязательство по несению соответствующих дополнительных расходов.



Статья 6. Информация о цене товаров или услуг

1. Торговец обязан обеспечить указание в четкой и понятной форме продажной цены и цены за единицу товаров или услуг. Указание цены за единицу не является обязательным в случае ее идентичности с продажной ценой.
2. Указание цены не является обязательным:
 - а) если поставка товара является частью услуги;
 - б) в случае продажи товара на публичном аукционе;
 - в) если на продажу выставлен образец искусства или антикварная вещь.
3. В отношении товаров, которые предварительно не упаковываются и взвешиваются или измеряются в присутствии потребителя, достаточно указывать только цену за единицу.
4. В рекламе, в которой указывается продажная цена, должна указываться также и цена за единицу.

Статья 7. Поставка товаров

1. Торговец обязан предоставить товар потребителю без промедления, не позднее 30 календарных дней после заключения договора, если договором не предусмотрено иное.
2. В случае неисполнения торговцем обязательства в сроки, предусмотренные договором, заключенным между потребителем и торговцем, или в сроки, установленные пунктом первым настоящей статьи, потребитель должен определить торговцу разумный дополнительный срок для исполнения обязательства. В случае неисполнения обязательства после истечения дополнительного срока потребитель вправе отказаться от договора и потребовать возмещения вреда в порядке, установленном гражданским законодательством Грузии.
3. Определение дополнительного срока, предусмотренного пунктом 2 настоящей статьи, не является обязательным, если очевидно, что это не даст никаких результатов или если потребитель связывает исполнение договора со своевременным получением товара.
4. Если товар не доставлен потребителю по причине его недоступности, торговец обязан незамедлительно сообщить об этом потребителю.

Статья 8. Риск случайной гибели или порчи товара

1. При передаче потребителю проданного товара на него переходит риск случайной гибели или порчи товара, если стороны не договорятся об ином.
2. Если договор предусматривает отправку товара потребителю, риск случайной гибели или порчи товара переходит на потребителя с момента приобретения потребителем или уполномоченным им третьим лицом (кроме перевозчика) права фактического владения товаром.
3. Если проданный товар отправляет перевозчик по поручению потребителя, риск случайной гибели или порчи товара переходит на потребителя с момента поставки товара перевозчику.

Статья 9. Дополнительные расходы, связанные с договором

1. Торговцу запрещается взимать с потребителя плату за использование платежного инструмента в размере, превышающем плату, вносимую им самим.
2. Если торговец для контакта указал телефонный номер, он не должен взимать с потребителя сумму выше установленного тарифа на коммуникацию для связи с ним по этому телефонному номеру. Указанное условие не исключает право лица, оказывающего телекоммуникационные услуги, устанавливать плату за оказание таких услуг.
3. Торговец до заключения договора должен получить четко выраженное согласие потребителя на возмещение дополнительных расходов помимо цены, установленной за выполнение основного обязательства, предусмотренного договором. В случае неполучения торговцем четко выраженного согласия потребителя потребитель вправе потребовать



возврата дополнительно уплаченной суммы, независимо от того, что он не отказывался от возмещения дополнительных расходов (не отвергал подразумевающиеся параметры).

Глава III

Дистанционный договор и договор, заключенный вне предприятия

Статья 10. Обязательство по предоставлению потребителю информации

1. В случае с дистанционным договором или договором, заключенным вне предприятия, торговец обязан до заключения договора дополнительно предоставлять потребителю вместе с информацией, предусмотренной статьей 5 настоящего Закона, в четкой и понятно выраженной форме следующую информацию:

- а) о фактическом адресе торговца, если он отличается от юридического адреса, а также о фактическом адресе и личности торговца, от имени которого он действует;
- б) о цене товаров или услуг, включая налоги, а в случае невозможности предварительного расчета указанной цены – о порядке ее расчета; в случае наличия – обо всех дополнительных расходах, включая расходы на поставку, перевозку и почтовые издержки, а в случае невозможности предварительного расчета указанных расходов – информацию о том, что могут возникнуть дополнительные расходы. В случае с договором, заключенным на неопределенный срок, или с договором о получении товаров или услуг путем оформления заказа под ценой подразумевается полная цена за каждый период осуществления оплаты. Если договором предусматривается фиксированный налог, полная цена должна подразумевать ежемесячный полный налог. В случае невозможности предварительного расчета полного налога должен быть предоставлен порядок его расчета;
- в) о расходах, связанных с использованием средств дистанционной коммуникации во время заключения договора, если эти расходы не входят в основную цену;
- г) об условиях, сроках и порядке отказа от договора в случае возможности отказа от договора, а также форма, подлежащая заполнению в случае отказа от договора;
- д) информацию о том, что потребитель не сможет заявить отказ от договора, если в соответствии со статьей 14 настоящего Закона отказ от договора представляется невозможным;
- е) информацию о том, что потребитель в случае отказа от дистанционного договора обязан понести расходы на возврат товара, если исходя из природы товара невозможно вернуть его по почте;
- ж) о наличии и доступности Кодекса поведения;
- з) в случае требования торговца – об условиях финансового обеспечения, представляемого или уплачиваемого потребителем;
- и) по возможности – информацию о порядке обжалования без суда и получении вознаграждения.

2. Информация, предусмотренная настоящей статьей, является неотъемлемой частью договора, и может быть изменена только в случае четко выраженного согласия сторон.

3. Требования, установленные настоящей главой, не распространяются на товары или услуги, цена которых не превышает 30 лари.

Статья 11. Требования к договору, заключенному вне предприятия

1. В случае с договором, заключенным вне предприятия, торговец должен письменно предоставить потребителю информацию, предусмотренную статьей 10 настоящего Закона, на государственном языке Грузии, в четкой и понятно выраженной форме, на бумаге, а в случае наличия согласия потребителя – на другом долговечном носителе.

2. Торговец обязан предоставить потребителю подписанную копию договора, заключенного вне предприятия, или другой документ, удостоверяющий заключение этого договора, на бумаге, а в случае согласия потребителя – на другом долговечном носителе.

3. Если потребитель требует оказания услуг до истечения срока осуществления права отказа от договора,



предусмотренного пунктом первым статьи 13 настоящего Закона, он должен предоставить это требование торговцу на долговечном носителе.

Статья 12. Требования к дистанционному договору

1. В случае с дистанционным договором торговец должен предоставить потребителю информацию, предусмотренную статьей 10 настоящего Закона, путем использования средств дистанционной коммуникации, в четкой и понятной форме. Если эта информация предоставляется на долговечном носителе, должно быть обеспечено ее воспроизведение.

2. Если дистанционный договор оформляется с использованием электронных средств, торговец должен обеспечить, чтобы потребитель при осуществлении заказа товара или услуг однозначно осознал, что размещение заказа является основанием для возникновения платежного обязательства потребителя. Если торговец не обеспечит выполнение этого условия, на потребителя обязательство по уплате не возлагается.

3. На торговой веб-странице не позднее начала процесса осуществления заказа товара или услуг в четкой и понятной форме должна быть размещена информация об ограничениях, связанных с их поставкой (в случае их наличия), а также информация о средстве уплаты.

4. Если договор заключается с использованием средств дистанционной коммуникации, что не дает достаточного времени и места для предоставления торговцем информации потребителю, торговец до заключения договора обязан предоставить потребителю, как минимум, информацию о своей личности (наименовании) и информацию, предусмотренную подпунктами «а», «б» и «ж» пункта первого статьи 5 и подпунктами «б» и «г» пункта первого статьи 10 настоящего Закона. Торговец предоставляет потребителю другую информацию, связанную с заключением дистанционного договора, в соответствии с пунктом первым настоящей статьи.

5. В случае заключения дистанционного договора с использованием средств телефонной коммуникации торговец обязан сразу после начала телефонной коммуникации предоставить потребителю помимо информации, предусмотренной пунктом 4 настоящей статьи, информацию о своей личности (наименовании) или о личности лица, от имени которого он действует, и известить о коммерческой цели осуществления телефонной коммуникации.

6. Торговец обязан подтвердить потребителю заключение дистанционного договора на долговечном носителе, в разумные сроки после заключения договора, но не позднее начала поставки товара или непосредственно оказания услуг. Соответствующее подтверждение должно содержать:

а) информацию, предусмотренную подпунктами «а»–«з» пункта первого статьи 5 и статьей 10 настоящего Закона, кроме случая предоставления торговцем потребителю указанной информации на долговечном носителе до заключения дистанционного договора;

б) в случае наличия – предварительное согласие и подтверждение потребителя того, что ему была предоставлена информация, предусмотренная подпунктом «м» пункта 2 статьи 14 настоящего Закона.

7. Если потребитель желает, чтобы ему были оказаны услуги в срок осуществления права отказа от договора, предусмотренного пунктом первым статьи 13 настоящего Закона, он должен четко известить об этом торговца.

Статья 13. Право отказа от дистанционного договора или (и) от договора, заключенного вне предприятия

1. Помимо исключений, установленных статьей 14 настоящего Закона, потребитель вправе без указания какого-либо основания заявить отказ от дистанционного договора или (и) договора, заключенного вне предприятия, в течение 14 календарных дней. Этот срок исчисляется:

а) в случае с договором об оказании услуг – с момента заключения договора;

б) в случае с договором купли-продажи – с момента получения потребителем или определенным им третьим лицом (кроме перевозчика) товара на праве владения;

в) в случае осуществления потребителем заказа товара по частям – с момента получения потребителем или определенным им третьим лицом (кроме перевозчика) последней вещи на праве владения;

г) в случае с договором о регулярной (с определенной периодичностью) поставке товаров – с момента первичного получения потребителем или определенным им третьим лицом (кроме перевозчика) вещи на праве владения.



2. В случае отказа потребителя от договора на него не возлагается несение каких-либо расходов (в том числе, расходов на поставку), кроме случая, когда потребитель выбирает услуги более дорогой доставки по сравнению с услугами стандартной доставки, предложенными торговцем, или когда цена товара сокращена в результате пользования, не связанного с установлением природы, характеристик и функционирования товара. На потребителя не возлагается обязательство по погашению разницы, возникшей в результате сокращения цены товара, если торговец не предоставил потребителю полную информацию о праве отказа от договора, предусмотренном настоящим Законом.

3. Отказ потребителя от дистанционного договора автоматически влечет его выход из связанного договора и восстановление первоначального состояния.

4. Потребитель обязан отправить торговцу в сроки, установленные пунктом первым настоящей статьи, заполненную форму или иное однозначное доказательство, отражающее решение потребителя о возврате товара. Бремя доказывания осуществления в установленные сроки права отказа от договора, предусмотренного настоящей статьей, возлагается на потребителя.

5. Торговец не вправе при заполнении формы, предусмотренной пунктом 4 настоящей статьи, для заявления отказа от договора требовать от потребителя больше следующей информации:

а) указанные торговцем: имя, фактический адрес, номер факса, адрес электронной почты;

б) дата заказа;

в) дата принятия заказа;

г) имя потребителя;

д) адрес потребителя;

е) подпись потребителя (если форма заполнена на бумаге);

ж) дата заполнения формы.

6. Торговец вправе принять форму, предусмотренную пунктом 4 настоящей статьи, в электронном виде. Информация о приеме указанной формы предоставляется потребителю незамедлительно, на долговечном носителе.

7. Потребитель может осуществить право отказа от договора в срок, установленный пунктом первым настоящей статьи, если он направил торговцу сообщение об отказе от договора до истечения указанного срока. Бремя доказывания того, что право отказа от договора было осуществлено в соответствии с настоящей статьей, возлагается на потребителя.

8. В случае непредоставления торговцем потребителю информации о праве возврата товаров или услуг, предусмотренном настоящим Законом, возврат указанных товаров или услуг допускается в течение 12 месяцев после истечения срока, установленного пунктом первым настоящей статьи.

9. Если торговец предоставил потребителю информацию о праве отказа от договора в срок, составляющий 12 месяцев с момента исчисления срока, установленного пунктом первым настоящей статьи, исчисление 7-дневного срока для возврата товаров или услуг начинается с момента получения указанной информации.

Статья 14. Исключения, связанные с отказом от договора без указания каких-либо оснований

1. Право отказа от договора, предусмотренное настоящим Законом, не распространяется на договоры, заключенные в финансовой сфере и сфере страхования, которые регулируются соответствующим подзаконным нормативным актом, кроме обеспеченного недвижимым имуществом заемного договора, заключенного вне предприятия, если потребитель не начал пользоваться суммой займа.

2. Потребитель не вправе заявить отказ от договора:

а) если торговец в полном объеме оказал услуги, предусмотренные договором, торговец начал оказывать услуги с предварительного согласия потребителя и потребителю было известно, что в случае получения услуг в полном объеме он утрачивает право отказа от договора;

б) если договором предусмотрено, что цена поставленных товаров или оказанных услуг зависит от изменений,



происходящих на финансовом рынке, которые торговец не может контролировать и которые возникли в срок, установленный настоящим Законом для осуществления права отказа от договора;

в) если поставленные товары или услуги произведены по индивидуальному заказу потребителя либо явно учитывают его личные потребности;

г) если поставленные товары являются скоропортящимися или у них короткий срок годности;

д) если ему поставлены герметично защищенные товары, герметичность которых после поставки была нарушена и, таким образом, невозможно вернуть товары ввиду соблюдения норм, связанных с охраной здоровья, или гигиенических норм;

е) если во время осуществления поставки произошло необратимое слияние поставляемых товаров с другими товарами, исходя из их характеристик;

ж) если в соответствии с условиями договора потребитель обратился к торговцу за оказанием безотлагательных ремонтных/технических услуг. Это ограничение не распространяется на дополнительные услуги, оказанные вне услуг, указанных в рамках этого визита;

з) в случае поставки запечатанной аудио- или видеозаписи либо программного обеспечения, или нарушения ее (его) пломбы после поставки;

и) в случае поставки журналов и газет либо иных периодических изданий, кроме случая, когда основанием для их поставки является абонентский договор;

к) в случае заключения договора в результате проведения публичного аукциона;

л) если договор заключен в связи с передачей недвижимого имущества с целью его использования в качестве нежилого имущества, с перевозкой товара, арендой транспортного средства, услугами, связанными с организацией питания или отдыха, и в нем указывается дата или период, определенный для исполнения договора;

м) в случае поставки ему цифрового содержания на недолговечном носителе, если исполнение договора началось с предварительного согласия потребителя и потребителю было известно, что тем самым он потеряет право отказа от договора;

н) если договором предусмотрена поставка алкогольных напитков, цена которых согласована в момент заключения договора, а поставка будет осуществлена после истечения 30 дней; при этом указанная цена зависит от колебаний, происходящих на рынке, которые торговец не может контролировать.

Статья 15. Последствия отказа от договора

1. В результате отказа от договора прекращаются обязательства, принятые на себя сторонами согласно дистанционному договору или договору, заключенному вне предприятия, а сторонам возвращается все то, что они получили от исполнения договора.

2. В случае отказа от договора торговец обязан:

а) полностью вернуть потребителю уплаченную им сумму, а также в случае наличия – сумму, внесенную в качестве возмещения расходов на поставку, без промедления, не позднее 14 календарных дней после получения сообщения об отказе от договора. Торговец не обязан возвращать потребителю сумму, внесенную для возмещения дополнительных расходов, связанных с выбором потребителем услуг более дорогой доставки по сравнению с услугами нестандартной или предложенной торговцем доставки;

б) возместить сумму теми же платежными средствами, какими воспользовался потребитель, кроме случая, когда потребитель заявит согласие на использование другого платежного средства и у него не возникнут дополнительные расходы.

3. В случае отказа от договора купли-продажи торговец вправе отказаться от возврата суммы до тех пор, пока не вернет товар или не получит от потребителя документ, удостоверяющий отправку товара, в зависимости от того, что будет осуществлено раньше, кроме случая, когда торговец сам обязался забрать товар назад.

4. В случае отказа от договора потребитель обязан:



а) вернуть товар торговцу или определенному им третьему лицу незамедлительно после отправления сообщения об отказе от договора, не позднее 7 календарных дней, кроме случая, когда торговец сам обязался забрать товар назад;

б) понести только прямые (непосредственные) расходы, связанные с возвратом товара, кроме случая, когда торговец сам обязался нести эти расходы или не предоставил потребителю информацию о том, что в случае возврата товара возникли бы эти расходы. В случае с договором, заключенным вне предприятия, когда товар доставляется потребителю на дом, торговец обязан забрать товар назад на собственные средства, если исходя из природы товара его отправка по почте невозможна.

Глава IV

Потребительский договор

Статья 16. Обязательства торговца

1. Торговец обязан передать потребителю товар, соответствующий условиям, предусмотренным договором.

2. Товар считается товаром, соответствующим условиям, предусмотренным договором, если он соответствует описанию, предоставленному торговцем потребителю, и имеет те же свойства, какие были у образца товара, представленного торговцем потребителю.

3. В случае отсутствия описания, предоставляемого торговцем потребителю, товар считается товаром, соответствующим условиям, предусмотренным договором, если он годен для целей, о которых торговец был извещен потребителем во время заключения договора и с которыми торговец был согласен.

4. Если потребитель не известит торговца о целях, для которых он желает использовать товар, товар считается товаром, соответствующим условиям, предусмотренным договором, если он годен для пользования в целях, для которых он обычно используется.

5. Если цель обычного использования товара установить невозможно, товар считается товаром, соответствующим условиям, предусмотренным договором, если он имеет свойства товаров этого вида и функционирует как товары указанного вида при этом таким образом, какое разумное ожидание могло быть у потребителя исходя из природы товара и публичных заявлений торговца, производителя, его представителя или иного лица, ответственного за размещение товара на рынке, в том числе, с помощью рекламы или (и) этикетки.

6. Недостаток, возникший в результате неправильного монтажа товара, осуществленного торговцем или под его ответственность, приравнивается к несоответствию товара условиям, предусмотренным договором (недостаток), если монтаж товара был частью договора. Этот порядок распространяется также на товары, которые потребитель должен собрать или установить и которые были неправильно собраны или установлены ввиду недостатков, имеющих в прилагаемой к товару инструкции.

7. Для целей настоящей статьи товар не считается товаром с недостатком, если в момент заключения договора потребителю было или должно было быть известно, что товар имеет недостаток, или если недостаток товара обусловлен материалом, предоставленным потребителем.

8. Торговец не привлекается к ответственности за публичное заявление о товарах или услугах, если докажет:

а) что он не имел или не мог иметь информацию об этом заявлении;

б) что до заключения договора изменилась информация, изложенная в этом заявлении;

в) что это заявление не могло повлиять на приобретение потребителем товаров или услуг.

Статья 17. Права потребителя

1. Если в товаре обнаружится недостаток, потребитель вправе потребовать от торговца устранения недостатка (безвозмездный ремонт или замена товара, уменьшение цены на товар) или выйти из договора.

2. Ремонт и замена товара являются правами первой очереди потребителя. Потребитель вправе потребовать от торговца безвозмездного ремонта или замены товара, кроме случая, когда это исходя из природы товара осуществить невозможно или требует несоразмерных либо неоправданно больших расходов.



3. Товар подлежит ремонту или замене в разумные сроки во избежание создания значительных препятствий потребителю с учетом природы товара и цели, для которой этот товар был им приобретен.

4. Под безвозмездным ремонтом или заменой товара подразумевается несение торговцем всех расходов (в том числе, почтовые издержки, расходы на рабочую силу и материалы), необходимых для обеспечения соответствия товара условиям, предусмотренным договором.

5. Потребитель вправе потребовать уменьшения цены товара или отказаться от договора в случае наличия одного из следующих условий:

а) ремонт или замена товара в соответствии с пунктом 3 настоящей статьи представляется невозможным;

б) торговец не осуществил ремонт или замену товара в разумный срок, и потребитель утратил интерес к исполнению договора;

в) осуществление торговцем ремонта или замены товара создаст значительные препятствия потребителю.

6. Потребитель вправе в случае выхода из договора потребовать возмещения вреда, причиненного неисполнением договора, в порядке, установленном законодательством Грузии.

7. Потребитель не вправе отказаться от договора, если недостаток товара является незначительным.

8. При определении того, насколько расходы являются несоразмерными или неоправданно большими, должны быть предусмотрены следующие условия:

а) цена товаров или услуг в случае их соответствия условиям, предусмотренным договором;

б) степень несоответствия товаров или услуг условиям, предусмотренным договором;

в) альтернативная возможность устранения недостатка товаров без создания препятствий потребителю.

Статья 18. Права, вытекающие из договора об оказании услуг

1. Торговец обязан оказывать потребителю услуги, соответствующие условиям, предусмотренным договором об оказании услуг.

2. Потребитель в случае пропуска установленного договором срока или обнаружения недостатка в товаре должен определить для торговца разумный дополнительный срок для оказания услуг/устранения недостатка, кроме случая, когда это невозможно исходя из природы услуг или требует несоразмерных либо неоправданно больших расходов. Несоразмерные или неоправданно большие расходы определяются в порядке, установленном пунктом 8 статьи 17 настоящего Закона.

3. В случае безрезультатного истечения дополнительного срока потребитель вправе:

а) предложить оказание услуг или устранение недостатка за счет средств торговца другому лицу;

б) требовать адекватного уменьшения цены услуг;

в) заявить отказ от договора и требовать возмещения вреда в порядке, установленном законодательством Грузии.

4. Определение дополнительного срока, предусмотренного пунктом 2 настоящей статьи, не является обязательным, если очевидно, что это не даст никаких результатов, или если потребитель связывает исполнение договора со своевременным получением услуг.

5. Если торговец не начал оказывать услуги своевременно или процесс оказания услуг бесосновательно затягивается, что делает невозможным оказание услуг в оговоренный срок, торговец не вправе требовать возмещения расходов, понесенных в процессе оказания услуг, а также вознаграждения за оказанные услуги, если потребитель утратил интерес к частичному исполнению договора.

Статья 19. Коммерческая гарантия



1. Торговец обязан соблюдать предоставленную им же коммерческую гарантию, в том числе, условия, изложенные в рекламе соответствующих товаров или услуг.
2. Коммерческая гарантия должна включать:
 - а) информацию о том, что коммерческая гарантия не ограничивает прав потребителя, установленных настоящим Законом;
 - б) четко изложенные гарантийные условия, в том числе, длительность и территорию действия коммерческой гарантии, а также информацию, необходимую для ее обжалования, в частности, срок давности требования, имя и адрес торговца.
3. По требованию потребителя коммерческая гарантия должна быть предоставлена ему в письменной или другой приемлемой для него форме.
4. Нарушение требований, установленных пунктами первым–3 настоящей статьи, не может влиять на действительность коммерческой гарантии.
5. Условие коммерческой гарантии, ограничивающее установленные законом права потребителя, является недействительным.

Статья 20. Бремя доказывания и сроки при несоответствии договору

1. В случае обнаружения потребителем недостатка в товаре в течение 6 месяцев после получения товара на праве владения, до доказательства обратного подразумевается, что при поставке товара он уже имел недостаток, если исходя из природы товара или с учетом характера недостатка это представляется возможным. В этом случае бремя доказывания возлагается на торговца. В случае обнаружения потребителем недостатка в товаре после истечения 6 месяцев с момента получения товара на праве владения, бремя доказывания того, что при поставке товара он уже имел недостаток, возлагается на потребителя.
2. Потребитель вправе пользоваться правами, предусмотренными статьями 17–19 настоящего Закона, если недостаток в товаре был обнаружен в течение 2 лет после передачи ему товара.
3. Действие пункта 2 настоящей статьи не распространяется на случай купли-продажи товаров на вторичном рынке. Во время осуществления купли-продажи таких товаров в случае, определенном пунктом 2 настоящей статьи, ответственность торговца является предметом индивидуального соглашения между сторонами.

Глава V

Несправедливые стандартные условия договора

Статья 21. Действительность стандартных условий договора

1. Стандартное условие договора – это заранее изложенное условие, установленное торговцем для потребителя, предназначенное для многократного использования, с которым потребитель имел возможность ознакомиться.
2. Бремя доказывания того, что стандартное условие договора было согласовано сторонами индивидуально, возлагается на торговца.
3. Стандартные условия договора, предложенные потребителю в письменной форме, должны быть изложены на простом и понятном для него языке. Условие, допускающее его двойное истолкование, разъясняется в пользу потребителя.

Статья 22. Недействительность несправедливых стандартных условий договора

1. Несправедливое стандартное условие договора независимо от его наличия в договоре является недействительным, если оно противоречит принципам доверия и добросовестности и влечет неоправданный дисбаланс предусмотренных договором прав и обязанностей во вред потребителя, в том числе, ввиду его неясности. Только суть предмета договора или его соответствие ответному исполнению не считаются несоответствием.
2. При оценке несправедливости стандартного условия договора учитываются предмет договора, обстоятельства, существовавшие во время заключения договора, которые обусловили наличие в договоре этого условия, а также другие условия договора. При оценке несправедливости указанного условия не учитываются ни суть основного предмета договора, ни соответствие цены и вознаграждения поставляемым товарам или услугам.



3. Недействительными являются следующие несправедливые стандартные условия договора:

- а) положение, исключающее или ограничивающее ответственность торговца в случае смерти потребителя, повреждения его здоровья или причинения ему иного вреда по грубой неосторожности, если это обстоятельство наступило вследствие действия или бездействия торговца;
- б) положение, несправедливо ограничивающее или исключающее предъявление потребителем требования к торговцу или третьему лицу ввиду полного или частичного неисполнения торговцем, взятых на себя по договору обязательств, или положение, исключающее возможность взаимозачета требований;
- в) положение, обязывающее потребителя выполнить условие договора, тогда как исполнение торговцем обязательства обусловлено наступлением условия, зависящего только от его воли;
- г) положение, наделяющее торговца правом удерживать уплаченную потребителем сумму в случае, когда потребитель отказывается от заключения договора или от исполнения взятых по договору обязательств, если выход из договора осуществляется по инициативе торговца и то, что потребитель получает от его исполнения, не соответствует указанной сумме;
- д) положение, освобождающее торговца от обязательства по определению потребителю дополнительного срока для исполнения им своих обязательств;
- е) положение, которое в случае неисполнения взятых обязательств возлагает на потребителя уплату суммы, превышающей размер вреда, или наделяет торговца правом требовать от потребителя неоправданно большую сумму для возмещения понесенных расходов;
- ж) положение, наделяющее торговца правом отказаться от договора в одностороннем порядке, тогда как потребитель лишен возможности воспользоваться этим же правом, или положение, наделяющее торговца правом удерживать сумму, уплаченную потребителем за получение услуг, которые торговцем пока не были оказаны, тогда как отказ от договора заявил торговец, кроме случая, когда положение указывает на обязательство, предусмотренное законом;
- з) положение, наделяющее торговца правом отказаться от договора, заключенного на неопределенный срок, без направления потребителю предварительного сообщения в разумный срок, кроме случая наличия значительного основания для отказа от договора;
- и) положение, согласно которому срок действия договора, заключенного на определенный срок, автоматически продлевается без согласия потребителя или которое устанавливает неоправданно короткий срок для выявления воли потребителя в связи с прекращением или продлением действия договора;
- к) положение, согласно которому торговец устанавливает для потребителя неоправданно большой или явно короткий срок для выполнения какой-либо работы или согласно которому торговец для исполнения своих обязательств устанавливает неоправданно большие сроки, отличающиеся от предусмотренных нормами, установленными законом, или согласно которому сроки определены нечетко;
- л) положение, обременяющее потребителя условиями, с которыми потребитель не мог быть ознакомлен до заключения договора;
- м) положение, наделяющее торговца правом изменять в одностороннем порядке условия договора без основательной причины, определенной договором, кроме случая, когда договор заключается на неопределенный срок и торговец направляет потребителю сообщение об изменении условий договора в разумные сроки, а потребитель получает право отказаться от договора;
- н) положение, наделяющее торговца правом без какого-либо значительного основания изменять в одностороннем порядке свойства/характеристики товаров или услуг;
- о) положение, наделяющее торговца правом устанавливать цену товаров или услуг в момент поставки товаров или услуг либо увеличивать их цену таким образом, чтобы лишать потребителя возможности отказаться от договора, если окончательная цена товаров или услуг значительно превышает цену, установленную в момент заключения договора, кроме случая, когда индексация цены разрешается законом и осуществляется по заранее установленной методологии;
- п) положение, наделяющее торговца правом определять, соответствуют ли товары или услуги условиям, предусмотренным договором, или любое условие договора разъяснять в одностороннем порядке;



р) положение, ограничивающее обязательство торговца по обеспечению выполнения его представителем взятых обязательств или взятые обязательства подчинить формальным требованиям;

с) положение, обязывающее потребителя выполнить взятые по договору обязательства независимо от того, выполняет ли торговец возложенные на него обязательства, кроме случая, когда потребитель был обязан предварительно выполнить свои обязательства, или положение, ограничивающее предоставленное потребителю законом право заявить отказ от выполнения обязательств по другому основанию;

т) положение, согласно которому торговец передает предоставленные ему договором права и взятые по договору обязательства другому лицу, что может повлечь ослабление гарантии исполнения условий договора и на что потребитель не давал согласия;

у) положение, ограничивающее или исключающее право на правовую защиту потребителя, в том числе, положение, обязывающее потребителя защищать свои права только в арбитраже, который не регулируется законодательством Грузии, или ограничивающее возможность потребителя добывать доказательства либо возлагающее на потребителя бремя доказывания, тогда как в соответствии с законом бремя доказывания возлагается на другую сторону договора.

4. Недействительность несправедливого стандартного условия договора не влечет недействительность других частей договора, если несправедливое стандартное условие не является существенным условием договора и предполагается, что договор мог быть заключен и без его недействительной части.

Статья 23. Исключения, связанные с недействительностью стандартных условий договора

1. В случае с договором об оказании финансовых услуг, заключенным на неопределенный срок, положение, определенное подпунктом «з» пункта 3 статьи 22 настоящего Закона, не считается недействительным при наличии обоснованной причины для отказа от договора и незамедлительном извещении об этом торговцем потребителя.

2. В случае с договором об оказании финансовых услуг недействительным не считается стандартное условие, при котором в случае наличия обоснованной причины торговец сохраняет за собой право без направления предварительного уведомления потребителю изменить процентную ставку или размер комиссионных, связанных с финансовыми услугами, если он при первой же возможности уведомит об этом потребителя, а потребитель будет вправе незамедлительно отказаться от договора.

3. Положения, предусмотренные подпунктами «з», «м» и «о» пункта 3 статьи 22 настоящего Закона, не считаются недействительными в заключенных сделках, связанных с обращающимися ценными бумагами, финансовыми инструментами и товарами или услугами, в которых цена связана с колебаниями установленных на фондовой бирже котировок или индексов либо со ставкой финансового рынка, которую торговец не может контролировать, а также с договором купли-продажи иностранной валюты, с дорожными чеками или международными денежными отправлениями, денонмированными в иностранной валюте.

Глава VI

Несправедливая коммерческая деятельность

Статья 24. Запрет на осуществление несправедливой коммерческой деятельности

1. Запрещается осуществление несправедливой коммерческой деятельности.

2. Несправедливой является коммерческая деятельность, противоречащая требованиям добросовестности и существенным образом отрицательно меняющая или могущая изменить экономическое поведение среднего потребителя в отношении товаров или услуг, которые ему были поставлены или которые предназначены для него, либо оказывающая или могущая оказать существенное отрицательное влияние на экономическое поведение среднего члена группы потребителей, когда адресатом коммерческой деятельности является определенная группа потребителей.

3. Для признания коммерческой деятельности несправедливой, могущей существенным образом отрицательно изменить экономическое поведение только той группы потребителей, которая ввиду своих умственных либо физических возможностей или (и) возраста является особенно уязвимой, учитывается экономическое поведение среднего члена группы потребителей. Коммерческая деятельность не считается несправедливой, если изложенная в рекламе информация является преувеличенной или не должна быть понята в прямом значении.

4. Вводящая в заблуждение коммерческая деятельность или агрессивная коммерческая деятельность считается



несправедливой коммерческой деятельностью.

Статья 25. Вводящая в заблуждение коммерческая деятельность, выражающаяся в действиях

1. В любом случае считается несправедливой и запрещается вводящая в заблуждение коммерческая деятельность, выражающаяся в следующих действиях:

а) размещение знака надежности, знака качества или другого подобного знака без наличия соответствующих правомочий, предоставленных законодательством Грузии;

б) ложное указание, что Кодекс поведения признан публичной или иной организацией;

в) утверждение, что у торговца (его коммерческой деятельности) или товаров либо услуг имеется согласие, разрешение, лицензия, авторизация, аккредитация и другой документ от публичного органа или частного лица в случае их отсутствия, или доказывание того, что выполнены условия, обязательные для получения согласия, разрешения, лицензии, авторизации, аккредитации и другого документа, тогда как эти условия не выполнены;

г) предложение о приобретении товаров или услуг по специальной цене без разглашения значительной информации, на основании которой торговец предполагает, что он сам или с помощью другого торговца не сможет осуществить поставку этих товаров или услуг либо схожих товаров или услуг в тот отрезок времени, в том объеме и по той цене, которые вытекают из указанных товаров или услуг, масштаба рекламирования и предложенной цены (вводящая в заблуждение реклама);

д) предложение о приобретении товаров или услуг по специальной цене, а затем заявление отказа от показа потребителю рекламируемых товаров или от принятия заказа на рекламируемые товары либо от их поставки в разумный срок или (и) демонстрация образца товаров с недостатком с намерением содействия продаже других товаров;

е) ложное заявление о том, что товары или услуги будут доступны или (и) особые условия будут действовать только в короткий промежуток времени с тем, чтобы потребитель мгновенно принял решение и у него не было достаточного времени и возможности для принятия информированного решения;

ж) заявление или создание представления о том, что может быть осуществлена продажа товаров или услуг, запрещенных законом;

з) разъяснение потребителю о возможности осуществления прав, предоставленных ему законом, таким образом, как будто это добрая воля торговца и особое условие предложения;

и) ложное утверждение в связи с видом и масштабом риска, связанного с личной безопасностью потребителя или безопасностью его семьи, если потребитель не приобретет товары или услуги;

к) формирование пирамидальной схемы или управление ею либо содействие ее развитию, в которой у потребителя возникает ожидание, что он получит большую долю в финансовой прибыли не от продажи либо пользования товарами или услугами, а путем вовлечения в пирамидальную схему других потребителей;

л) заявление о том, что торговец намеревается прекратить торговлю или сменить местоположение, если это не соответствует действительности;

м) ложное утверждение, что товары или услуги могут исцелить от болезни или дисфункции либо исправить недостатки развития;

н) распространение существенно недостоверной информации о рыночных условиях или о возможности получения товаров или услуг с целью побуждения торговцем потребителя приобрести товары или услуги на условиях, менее выгодных, чем рыночные условия;

о) объявление о проведении конкурса или публичное обещание награды без последующей передачи награды или ее разумного эквивалента;

п) заявление о том, что товары или услуги предлагаются безвозмездно, тогда как потребитель помимо возмещения необходимых расходов на получение товаров или услуг либо на транспортировку вынужден заплатить дополнительную сумму;



р) внесение в маркетинговый материал счета-фактуры/накладной или иного обязывающего платежного документа, что создает у потребителя ложное представление о том, что он якобы заказал товары или услуги, тогда как заказ осуществлен не был;

с) ложное заявление или создание представления о том, что торговец не действует в торговых, предпринимательских, ремесленных или профессиональных целях, либо случай, когда торговец выдает себя за потребителя;

т) создание у потребителя ложного представления о том, что послепродажное обслуживание доступно в иностранном государстве;

у) рекламирование товаров или услуг с помощью средств массовой информации по заказу торговца таким образом, чтобы потребитель не смог распознать рекламу по ее содержанию, изображению или голосу, озвучивающему рекламу;

ф) умышленное рекламирование производителем товаров или услуг, сходных с товарами или услугами другого производителя, таким образом, якобы эти товары или услуги произведены тем же производителем, что вводит потребителя в заблуждение;

х) утверждение, что товары или услуги во время проведения азартных игр могут принести потребителю прибыль;

ц) оказание потребительских услуг после осуществления купли-продажи на языке, отличающемся от языка, применявшегося до заключения сделки купли-продажи, который не является государственным языком Грузии, без четкого предоставления потребителю информации об этом до заключения сделки купли-продажи.

2. Вводящей в заблуждение коммерческой деятельностью, выражающейся в действиях торговца, считается предоставление потребителю недостоверной информации или предоставление информации таким образом (и в случае, когда информация, предусмотренная одним или более подпунктом пункта 3 настоящей статьи, фактически достоверна), что повлекло или могло повлечь обман потребителя, ввиду чего потребитель совершил или может совершить сделку, которая при иных обстоятельствах не была бы совершена.

3. Информация, предусмотренная пунктом 2 настоящей статьи, включает:

а) сущность и следующие основные характеристики товаров или услуг: доступность, выгода, риски, использование, состав, аксессуары, послепродажное обслуживание, процедуры, связанные с порядком рассмотрения жалобы, место, дата и метод производства, поставка, соответствие цели, количество, размер, вес, характеристики, географическое или коммерческое происхождение, условия перевозки и хранения, ожидаемые результаты использования, а также результаты проверки и тестирования товаров или услуг и выявленные на их основании существенные обстоятельства;

б) пределы ответственности торговца в связи с мотивами коммерческой деятельности и особенностями процесса продажи, а также любую информацию об осуществлении торговцем прямого или косвенного спонсорства товаров или услуг;

в) цену или надлежащий метод расчета цены либо указание на специальную цену, а также условия поставки товаров или услуг;

г) обслуживание, связанное с товарами или услугами, необходимость в замене или ремонте части товаров;

д) информацию о торговце или его представителе, в том числе, идентифицирующие данные, статус, согласие, квалификацию, права на производственную, коммерческую и интеллектуальную собственность или связь с ними, а также другие права, связанные с производством или коммерческой деятельностью;

е) информацию о правах потребителя, в том числе, информацию о возврате, замене и ремонте товара, возможности и форме подачи претензии потребителем, а также информацию об ожидаемых рисках.

4. Вводящей в заблуждение коммерческой деятельностью, выражающейся в действиях, считается маркетинг товаров или услуг, в том числе, сравнительная реклама, вызывающая неопределенность в отношении товарного знака, имени (наименования) и других отличительных признаков конкурента.

5. Вводящей в заблуждение считается коммерческая деятельность, выражающаяся в действиях торговца, когда торговец заявляет, что им подписан Кодекс поведения, на него распространяются требования, установленные этим Кодексом поведения, тогда как он нарушает правила поведения, предусмотренные указанным Кодексом поведения.

Статья 26. Вводящая в заблуждение коммерческая деятельность, выражающаяся в бездействии



1. Вводящей в заблуждение считается коммерческая деятельность, выражающаяся в бездействии торговца, когда в конкретном случае с учетом всех фактических обстоятельств и ограниченности характеристик средств коммуникации фактическое содержание информации не содержит существенную информацию, необходимую для принятия средним потребителем информированного решения, в результате чего потребитель совершил или может совершить сделку, которая не была бы совершена в случае получения указанной информации.

2. Вводящей в заблуждение считается коммерческая деятельность, выражающаяся в бездействии торговца, когда торговец неявно, нечетко или несвоевременно предоставляет потребителю существенную информацию, предусмотренную пунктом первым настоящей статьи, либо нет ясности в связи с коммерческой целью осуществления коммерческой деятельности и обстоятельства также не могут указать на нее, в результате чего потребитель совершил или мог совершить сделку, которая не была бы им совершена.

3. Если средство коммуникации/носитель информации, используемые для предоставления информации о коммерческой деятельности, ограничены в пространстве или во времени, необходимом для размещения информации, в целях установления того, могло ли бездействие торговца ввести в заблуждение потребителя, учитываются все обстоятельства, связанные с попыткой торговца предоставить информацию потребителю любым другим способом.

4. В случае предложения о приобретении товаров или услуг существенной информацией считается следующая информация (если она и так явно не вытекает из его содержания):

а) о существенных характеристиках товаров или услуг, с учетом особенностей товаров или услуг и носителя информации;

б) о личности (наименовании) торговца, его фактическом адресе и идентифицирующих данных, а также об имени (наименовании) представителя торговца, его фактическом адресе и идентифицирующих данных;

в) о полной цене товаров или услуг, об основных расходах и дополнительных расходах (в том числе, о расходах на транспортировку, пересылку, монтаж и других расходах); если исходя из природы товаров или услуг невозможно произвести предварительный расчет их основной цены, – о порядке расчета основной цены; если невозможно произвести предварительный расчет дополнительных расходов, – информацию о возникновении обязательства по несению дополнительных расходов;

г) об условиях платежа, поставки товаров или услуг и исполнения обязательств, а также о порядке рассмотрения торговцем жалобы потребителя;

д) в случае наличия – о праве отказа от договора.

5. Неисполнение обязательств по предоставлению информации, предусмотренной статьями 5, 6 и 9–12 настоящего Закона, также считается вводящей в заблуждение коммерческой деятельностью, выражающейся в бездействии.

Статья 27. Агрессивная коммерческая деятельность

1. В любом случае считается несправедливой и запрещается следующая агрессивная коммерческая деятельность:

а) создание представления, что потребитель не сможет покинуть территорию предприятия до тех пор, пока не заключит договор;

б) отказ торговца оставить место проживания потребителя против воли потребителя, кроме случая, когда нахождение торговца в месте проживания потребителя необходимо для исполнения обязательства, предусмотренного договором;

в) систематически, по телефону или с помощью других средств дистанционной коммуникации осуществление нежелательных предложений потребителю, кроме случая, когда это необходимо для исполнения обязательства, предусмотренного договором;

г) прямое обращение к ребенку в рекламе приобрести рекламируемые товары или услуги либо убедить родителей или других совершеннолетних лиц купить ему эти товары или услуги;

д) предоставление потребителю ложной информации о том, что, если он не приобретет товары или услуги, будет создана опасность для жизни или деятельности торговца;

е) ложное представление о том, что потребитель выиграл, выиграет или в результате совершения определенных действий выиграет приз или получит иную, подобную выгоду, тогда как приз или иная, подобная выгода не установлены, либо



требование совершить действия, в результате которых потребитель может получить награду или иную, подобную выгоду, хотя совершение этих действий связано с уплатой денежной суммы или несением других, дополнительных расходов;

ж) требование от потребителя, желающего получить страховое возмещение, представления документа, не обязательного для установления наличия права требования, или в целях ограничения прав потребителей оставление его переписки без реагирования;

з) предоставление торговцем потребителю товаров или услуг, которые последний не заказывал, и требование в связи с этим уплаты полностью или по частям цены товаров или услуг, либо поставка торговцем потребителю товаров или услуг, отличающихся от заказанных потребителем товаров или услуг, без возможности возврата указанных товаров или услуг в их первоначальном состоянии за счет средств торговца.

2. Коммерческая деятельность является агрессивной, если ее содержание, с учетом всех обстоятельств, путем притеснения, принуждения, в том числе, применения физической силы или злостного использования влияния, в значительной мере ущемляет или может ущемить право свободного выбора среднего потребителя либо меняет или (и) может изменить его поведение в отношении товаров или услуг, в результате чего потребитель совершил или может совершить сделку, которая не была бы им совершена.

3. В целях установления того, имело ли при осуществлении коммерческой деятельности место притеснение, принуждение, в том числе, применение физической силы или злостное использование влияния, должны учитываться следующие обстоятельства:

а) отрезок времени, место, суть, характер и интенсивность;

б) применение содержащего угрозу или оскорбительного языка либо подобное поведение;

в) в целях воздействия на решение потребителя злостное использование торговцем конкретного несчастного случая, стихийного бедствия или подобного обстоятельства, что лишает потребителя возможности судить здраво и принять решение в связи с товаром или услугами;

г) искусственное создание препятствий, не вытекающих из договора, в результате чего торговец намеревается воспрепятствовать осуществлению прав потребителя, предусмотренных договором, в том числе, права потребителя на отказ от договора или выбор других товаров или услуг либо торговца;

д) любая угроза осуществления незаконного действия.

Глава VII

Институциональные гарантии защиты прав потребителя

Статья 28. Механизмы защиты прав потребителя

1. Потребитель вправе в связи с нарушением настоящего Закона обратиться в юридическое лицо публичного права – Национальное агентство конкуренции Грузии (далее – Агентство) или в уполномоченный орган, регулирующий соответствующую сферу. Действие статей 29–36 настоящего Закона не распространяется на уполномоченные органы, регулирующие соответствующую сферу. Уполномоченный орган, регулирующий соответствующую сферу, при осуществлении полномочий, предусмотренных настоящей статьёй, руководствуется установленным им же порядком.

2. Наличие права, предусмотренного пунктом первым настоящей статьи, не лишает потребителя права на обращение в суд либо арбитраж или (и) права на решение споров посредством медиации.

Статья 29. Полномочия Агентства в сфере защиты прав потребителя

1. Защиту установленных настоящим Законом прав и законных интересов потребителя, содействие превенции нарушения его прав и восстановлению нарушенных прав, выявление фактов нарушения прав потребителя и предусмотренное Законом надлежащее реагирование на нарушения на территории Грузии осуществляют Агентство и уполномоченные органы, регулирующие соответствующую сферу.

2. Полномочия Агентства не распространяются на сферы, предусмотренные Органическим законом Грузии «О Национальном банке Грузии» и законами Грузии «О деятельности коммерческих банков», «Об инвестиционных фондах», «О страховании», «Об электронных коммуникациях», «О вещании» и «Об энергетике и водоснабжении», а также на сферы,



в которых защиту прав потребителя обеспечивает уполномоченный орган, определенный соответствующим законодательством.

3. В случае подачи в Агентство заявления о возможном нарушении прав потребителя в сфере, предусмотренной пунктом 2 настоящей статьи, Агентство пересылает указанное заявление соответствующему уполномоченному органу и извещает об этом заявителя.

4. Агентство для осуществления полномочий, предоставленных ему законодательством Грузии:

а) изучает факт возможного нарушения прав потребителя, установленных настоящим Законом, повлекшего или могущего повлечь нарушение прав группы потребителей;

б) в целях изучения дела истребует от заявителя или (и) торговца информацию (в том числе, конфиденциальную информацию), необходимую для осуществления соответствующих полномочий Агентства;

в) правомочно в случае неполучения информации по делу подать в суд ходатайство о предоставлении торговцем соответствующей информации;

г) приглашает стороны/заинтересованных лиц для дачи объяснений;

д) в случае необходимости проводит консультационные встречи с представителями государственных ведомств, экспертами или (и) другими лицами;

е) разрабатывает рекомендации, связанные с мероприятиями, подлежащими осуществлению для улучшения положения с защитой прав потребителя в Грузии;

ж) в случае установления факта нарушения прав потребителя в результате изучения дела определяет для торговца разумный срок для восстановления нарушенных прав или (и) требует от торговца прекращения в определенный срок действия, признанного нарушением, или (и) запрещенного действия, предусмотренного настоящим Законом;

з) налагает на торговца штраф в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения в установленный срок решения, принятого Агентством в результате изучения дела;

и) правомочно в случае признания стандартных условий договора несправедливыми запретить торговцам, действующим в том же экономическом секторе, или их объединениям применение подобных несправедливых стандартных условий или дачу ими рекомендаций по применению таких условий;

к) правомочно в случае необходимости назначать экспертизу;

л) осуществляет мониторинг исполнения решений, принятых Агентством;

м) ведет учет и анализирует статистические данные о фактах нарушения прав потребителя;

н) осуществляет мероприятия по повышению сознательности общества по вопросам, связанным с правами потребителя;

о) сотрудничает по вопросам защиты прав потребителя с представителями государственной власти, местной власти, международных организаций и гражданского общества.

Статья 30. Основание для изучения Агентством факта предполагаемого нарушения прав потребителя

1. Заявитель вправе подать в Агентство заявление о предполагаемом нарушении прав потребителя.

2. Агентство приступает к изучению факта предполагаемого нарушения прав потребителя, если у Агентства имеется информация, что в результате действий конкретного лица/конкретных лиц нарушается или может быть нарушено право группы потребителей.

3. Основанием для начала изучения Агентством факта предполагаемого нарушения прав потребителя является разумное предположение, что нарушение требований настоящего Закона влечет или может повлечь причинение вреда интересам группы потребителей.

Статья 31. Срок обращения в Агентство



1. Срок обращения в Агентство в связи с нарушением требований настоящего Закона составляет не более 2 лет после совершения нарушения.
2. Начало изучения Агентством дела является основанием для приостановления течения срока, предусмотренного пунктом первым настоящей статьи.

Статья 32. Сроки и процедуры изучения дела Агентством

1. Агентство в срок, составляющий 10 рабочих дней после представления ему заявления, уведомляет заявителя о реагировании на заявление или об отсутствии оснований, предусмотренных пунктами 2 и 3 статьи 30 настоящего Закона.
2. Агентство изучает дело в месячный срок после принятия решения о начале изучения дела.
3. Изучение дела с учетом его значения и сложности может длиться не более 3 месяцев.
4. Течение срока, предусмотренного пунктом первым настоящей статьи, или (и) срока изучения дела приостанавливается в случае истребования дополнительной информации по делу или (и) назначения экспертизы.
5. Агентство в срок, составляющий 3 рабочих дня после принятия решения о начале изучения дела, предоставляет торговцу соответствующую информацию и определяет для него срок, составляющий не менее 5 рабочих дней, для представления позиции относительно предполагаемого нарушения прав потребителя.
6. Агентство правомочно во время рассмотрения дела приглашать стороны/заинтересованные лица для дачи объяснений, а также проводить консультационные встречи.
7. Агентство правомочно во время изучения дела в случае необходимости принять решение о назначении экспертизы, если без заключения экспертизы невозможно принять обоснованное решение по делу. В случае установления факта нарушения прав потребителя торговец обязан полностью возместить расходы, связанные с экспертизой.
8. Во время изучения Агентством дела, если дело связано с несправедливой коммерческой деятельностью и существует безотлагательная необходимость, а затягивание может повлечь уничтожение фактических данных, значительных для дела, или сделать невозможным сбор этих данных, Агентство вправе обратиться в суд с ходатайством о временном приостановлении определенных действий торговца и с обоснованием, что неприменение указанной меры затруднит или сделает невозможным изучение дела, осуществление нарушенного или спорного права, повлечет непоправимый и прямой вред или такой вред, который не может быть компенсирован возложением на торговца обязательства по возмещению вреда.

Статья 33. Решение Агентства

1. Агентство обязано в результате изучения дела принять решение о подтверждении или опровержении нарушения прав группы потребителей в срок, установленный статьей 32 настоящего Закона.
2. В случае подтверждения нарушения прав группы потребителей Агентство на основании своего решения определяет для торговца срок и требует от него исполнения одного или обоих следующих условий:
 - а) восстановления нарушенного права;
 - б) прекращения запрещенного действия, предусмотренного настоящим Законом.
3. Решение, принятое Агентством в результате изучения дела, направляется торговцу в срок, составляющий 3 рабочих дня.
4. Торговец обязан не позднее 5 рабочих дней после истечения определенного Агентством срока предоставить Агентству информацию о мероприятиях, осуществленных им в связи с восстановлением нарушенного им права или (и) с прекращением запрещенного действия, предусмотренного настоящим Законом.
5. Агентство согласно пункту 2 настоящей статьи и в установленные сроки в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения решения Агентства налагает на торговца штраф в соответствии со статьей 34 настоящего Закона.
6. Решение Агентства должно содержать:



а) реквизиты торговца, в отношении которого велось изучение дела;

б) описание фактов;

в) принятую и обработанную Агентством информацию по делу;

г) обоснованную оценку Агентства;

д) указание на действия, подлежащие осуществлению торговцем в целях устранения факта нарушения им права группы потребителей, восстановления нарушенного права или (и) прекращения запрещенного действия, предусмотренного настоящим Законом, и на соответствующие сроки их осуществления.

7. Агентство обязано в срок, составляющий 3 рабочих дня после принятия решения, опубликовать на своей официальной веб-странице полный текст указанного решения, включая обоснование, кроме конфиденциальной информации, установленной законом.

8. Агентство до завершения изучения дела рассматривает предложенные торговцем условные обязательства по устранению предполагаемого нарушения Закона. Если Агентство сочтет, что в результате исполнения взятых торговцем на себя условных обязательств будет устранен риск предполагаемого нарушения Закона, Агентство соглашается с предложенными условными обязательствами и завершает изучение дела без оценки факта предполагаемого нарушения Закона.

9. В случае, предусмотренном пунктом 8 настоящей статьи, Агентство оформляет с торговцем письменное соглашение об условиях и сроках исполнения обязательств. Информацию об этом Агентство публикует на официальной веб-странице.

10. Агентство правомочно заново начать изучение дела, срок которого не должен превышать 1 месяц:

а) в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения торговцем взятых на себя условных обязательств в срок, определенный письменным соглашением, заключенным с ним Агентством;

б) если условные обязательства основаны на ложной, неточной или вводящей в заблуждение информации, предоставленной торговцем.

11. Порядок и процедуры изучения дела разрабатывает и утверждает Агентство.

Статья 34. Штраф

1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения решения Агентства в им же определенные сроки на торговца налагается штраф. Размер указанного штрафа не должен превышать 2 процентов годового оборота торговца в течение предыдущего финансового года.

2. Если с учетом даты учреждения торговца, на которого наложен штраф, невозможно произвести расчет его годового оборота в течение предыдущего финансового года, размер штрафа определяется в соответствии с оборотом, исчисленным за период с момента учреждения торговца до момента наложения на него штрафа.

3. При определении размера штрафа должны учитываться характер, тяжесть и продолжительность нарушения.

4. В случае повторного совершения торговцем нарушения в течение 12 месяцев на него налагается штраф в двойном размере суммы наложенного штрафа.

5. Наложение штрафа не освобождает торговца от обязательства по исполнению решения Агентства.

6. Торговец обязан уплатить сумму штрафа в месячный срок после его наложения.

7. Сумма штрафа подлежит зачислению в Государственный бюджет Грузии.

8. В случае неуплаты суммы штрафа указанная сумма обращается к незамедлительному исполнению в порядке, установленном законодательством Грузии.

Статья 35. Обжалование решения Агентства

Решение Агентства в срок, составляющий 30 календарных дней после его принятия, может быть обжаловано в суде в



порядке, установленном законодательством Грузии. Обжалование решения Агентства об установлении нарушения не лишает Агентство права осуществлять полномочия, предусмотренные пунктом 5 статьи 33 настоящего Закона, и налагать на торговца соответствующий штраф.

Статья 36. Ежегодный отчет о деятельности Агентства

Агентство ежегодно, не позднее 1 мая, представляет Парламенту Грузии и Правительству Грузии отчет о деятельности, осуществленной им в сфере защиты прав потребителя. Этот отчет является публичным и публикуется на официальной веб-странице Агентства.

Статья 37. Участие непредпринимательских (некоммерческих) юридических лиц в защите прав потребителя

Непредпринимательские (некоммерческие) юридические лица вправе участвовать в защите прав потребителя, в частности, в развитии и осуществлении политики защиты прав потребителя, в том числе:

- а) в случае нарушения прав группы потребителей, установленных настоящим Законом, участвовать в подготовке соответствующего заявления;
- б) сотрудничать с объединениями предпринимателей и соответствующими государственными органами в целях защиты прав групп потребителей;
- в) содействовать решению споров посредством медиации;
- г) участвовать в реализации информационных кампаний и образовательных программ, направленных на повышение сознательности потребителей в вопросах, связанных с правами потребителя.

Глава VIII

Переходное и заключительное положения

Статья 38. Переходное положение

Агентству до 1 октября 2022 года разработать и утвердить соответствующий правовой акт, предусмотренный пунктом 11 статьи 33 настоящего Закона.

Статья 39. Действие Закона

1. Настоящий Закон, за исключением статьи 28, пунктов 2–4 статьи 29 и статей 30–36 настоящего Закона, ввести в действие с 1 июня 2022 года.
2. Статью 28, пункты 2–4 статьи 29 и статьи 30–36 настоящего Закона ввести в действие с 1 ноября 2022 года.

Президент Грузии Саломе Зурабишвили

Тбилиси

29 марта 2022 г.

№ 1455-VIIIтс-пХс

рб

