

ХАЛЯВА, ПРИДИВИ!



ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫЕ СЕКРЕТЫ ЗОЖ ОТ МИСТЕРА ВУЛЬФА

И вновь тема выпуска OFF — wellness (англ. wellness — «хорошее здоровье» или «благополучие»). А что может быть лучше для ЗОЖ, если не халява в виде значительной скидки на качественные и дорогие товары или услуги по акции? По крайней мере, для психики и морального состояния каждого из нас, конечно, это не может не сказаться положительно. Поэтому мистер Вульф решил поделиться несколькими очень занимательными кейсами, которые как минимум позабавят читателей, а отдельных из них побудят к активным претензионным действиям.

ПЕРВОЕ ДЕЛО (№ 16-КГ23-6-К4): ТОВАРЫ ПО 19 ПОЗИЦИЯМ ИЗ ЦУМА ЗА 2787 РУБ.

Некий смекалистый парень увидел на сайте известного продавца люксовой одежды и обуви товары по смешным ценам и сделал заказ. Магазин вернул ему деньги, объяснив, что произошел сбой в системе и сделка не может быть исполнена. «Акционер» обратился в суд и потребовал понудить ЦУМ исполнить сделку в натуре. Три инстанции послали его с миром, указывая на факт злоупотребления правом, желание обогатиться за счет продавца, наличие временного сбоя в сети Интернет: при корректном отображении цен в совокупности товары стоят в 846 раз дороже.

Но **Верховный суд встал на защиту потребителя, указав**, что изменить цену, объявленную в момент оформления заказа, продавец в одностороннем порядке не вправе. Еще суды не указали, в чем именно заблуждался торговый дом в этой ситуации. В деле нет доказательств, что технический сбой был, а это имеет значение. Если в нем виновны третьи лица, суду следовало обсудить, исходило ли предложение приобрести товар по заниженной цене от ЦУМа. Кроме того, суды не указали, как потребитель должен был распознать какую-либо ошибку со стороны продавца, ведь продавец регулярно проводит акции.

ВТОРОЕ ДЕЛО (№ 49-КГ22-28-К6): ТЕЛЕВИЗОР ЗА 480 РУБ. ПРИ ФАКТИЧЕСКОЙ СТОИМОСТИ В 100 РАЗ БОЛЬШЕ

Очередной «акционер» купил в интернет-магазине «Сеть Связной» телевизор LG 43 UN 81006 за 480 руб. Доставку продавец не обеспечил по причине отсутствия его в наличии, но денежные средства вернул. В отсутствие товара любитель ТВ обратился в суд с требованием вернуть ему заветный зомби-ящик. Продавец возражал, указывая, что мужчина купил товар по акции и в магазине телевизор был в ограниченном количестве. Потому покупку отменили и вернули ему деньги.

Первая инстанция удовлетворила иск. Суд исходил из того, что «Связной» не исполнил обязанность передать товар в срок и у него нет права на односторонний отказ от договора. Апелляция и кассация же отменили это решение и отказали в иске. Они сослались на положение оферты (предложения), размещенной на сайте, о том, что продавец может отменить оформленный заказ, если товара нет на складе.

ВС отменил акты апелляции и кассации. Общая позиция суда: **«Продавец должен доставить товар, который купили по акции через интернет»**. Ведь сделка была заключена с момента, когда продавец получил сообщение от потребителя о намерении заключить сделку, а потребитель произвел оплату. Поэтому у продавца появилась обязанность передать товар покупателю.



Кирилл ВОЗИСОВ,
управляющий партнер юридической
фирмы «КОНТРА»

Мистер Вульф также желает вставить свои пять песо и прокомментировать указанные судебные акты. Начнем с последнего. Позицию высшей инстанции стоит признать правильной, потому что условие договора о том, что продавец может в одностороннем порядке отказаться от сделки, если ее невозможно исполнить, фактически противоречит закону. Ведь оно находится на усмотрении продавца и ущемляет право потребителя получить предварительно оплаченный товар. Другими словами, сама по себе оферта и лимитированность акции могут быть, но в такой ситуации заказ не должен был состояться, а оплата пройти (как исполнение со стороны покупателя).

А вот по первому делу, не будучи погруженным в детали и материалы, мистер Вульф посмеет не согласиться с коллегией. Давайте объективно: любитель акций не мог не знать, что люксовые и брендовые вещи не могут стоить 27, 60, 129 руб. Это же не рынок на Спортивной, царство ему небесное!

Фактически налицо сделка, совершенная с ошибкой (опечаткой, опиской — см. п. 2 ст. 178 ГК РФ), в данном случае с учетом сбоя в приложении. По таким сделкам действует правило: мог ли контрагент ошибающейся стороны понимать, что другая сторона действует под влиянием ошибки. Если да, то сделку надо аннулировать, если нет — то сохранить в силе, защищая добросовестного контрагента. Очевидно, что «акционер» понимал, что GUCCI не может стоить меньше 100 руб., но намеренно воспользовался ошибкой. Право не должно поддерживать таких вот потребительских террористов хотя бы потому, что в дальнейшем при любом техническом сбое любой коммерсант может просто разориться.

Ваш мистер Вульф