

О защите прав потребителя на информацию о товарах (работах, услугах) и регламентации размера шрифта

По общему императивному правилу законодательства о защите прав потребителей каждый потребитель вправе требовать предоставления ему необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце) и реализуемых им товарах (работах, услугах), которая в наглядной и доступной форме должна доводиться до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, в целях обеспечения возможности правильного выбора товаров (работ, услуг).

При этом право потребителей на получение в наглядной и доступной форме необходимой и обязательной информации о товарах в настоящее время защищается не только положениями статей 8, 10 и 12 Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» в их причинно-следственной связи, но и нормами соответствующих технических регламентов, а также в административном порядке – в частности, на основе правоприменения статьи 14.7, части 1 статьи 14.8, статей 14.43-14.46 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Так, согласно пункту 1 части 4.12 статьи 4 технического регламента Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011), вступившего в силу с 1 июля 2013 года, «маркировка пищевой продукции, предусмотренная пунктом 1 части 4.1 и пунктом 1 части 4.2 настоящей статьи, должна быть понятной, легко читаемой, достоверной и не вводить в заблуждение потребителей (приобретателей), при этом надписи, знаки, символы должны быть контрастными фону, на который нанесена маркировка».

Однако, как показывает практика, названная норма в условиях отсутствия объективных критериев оценки упоминаемых в ней терминов не позволяет в полной мере обеспечить должный уровень защиты потребителей от недобросовестных действий отдельных хозяйствующих субъектов, так или иначе использующих при доведении информации о пищевой продукции мелкий и нечитаемый шрифт, что приводит к справедливым жалобам потребителей.

Роспотребнадзор отметил наличие данной проблематики ещё в государственном докладе «Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2013 году», указав, что в целях нормирования шрифта при предоставлении обязательных данных на маркировке пищевой продукции в соответствии с ТР ТС 022/2011, а также выработки единых подходов к оценке маркировки целесообразно организовать разработку соответствующего стандарта (международного стандарта), содержащего правила и методы исследований (испытаний) и измерений, используя для этого в том числе уже имеющийся международный опыт в соответствующем нормировании (Общий стандарт для маркировки расфасованных пищевых продуктов Кодекса Алиментариус (CODEX STAN 1-1985) и Регламент Европейского парламента и Совета от 25 октября 2011 года № 1169/2011).

Что же касается противодействия явно не клиентоориентированной практики использования мелкого шрифта хозяйствующими субъектами при заключении письменных договоров с потребителями (прежде всего, в сфере предоставления финансовых услуг, услуг связи и др.), который очевидно затрудняет визуальное восприятие текста договора и осмысление его содержания в целом, то на законодательном уровне этот вопрос решен лишь частично.

Так, в части 1 статьи 6 Федерального закона от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» закреплено положение, согласно которому полная стоимость потребительского кредита (займа) «размещается в квадратной рамке в правом верхнем углу первой страницы договора потребительского кредита (займа) перед таблицей, содержащей индивидуальные условия договора потребительского кредита (займа), и наносится прописными

буквами черного цвета на белом фоне четким, хорошо читаемым шрифтом максимального размера из используемых на этой странице размеров шрифта. Площадь квадратной рамки должна составлять не менее чем пять процентов площади первой страницы договора потребительского кредита (займа)».

В определенной степени отсутствие в законодательстве о защите прав потребителей единого конкретного требования непосредственно к размеру шрифта письменного договора, заключаемого продавцом (исполнителем) с потребителем, компенсируется наработанной отдельными территориальными органами Роспотребнадзора и неоднократно подтвержденной решениями органов судебной власти правоприменительной практикой использования (применения) для квалификации выявляемых нарушений прав потребителей Санитарных правил и нормативов «Гигиенические требования к изданиям книжным для взрослых. СанПиН 1.2.1253-03».

С учетом вышеизложенного Управление Роспотребнадзора по Республике Татарстан (Татарстан) полагает необходимым отметить, что разделяет позицию, согласно которой в целях совершенствования правового регулирования отношений с участием потребителей и создания более эффективных механизмов противодействия и недопущения недобросовестных действий со стороны хозяйствующих субъектов, которые ведут (могут привести) к введению потребителей в заблуждение и неблагоприятным для них последствиям, вопрос правовой регламентации размера шрифта, используемого для доведения необходимой информации о товарах (работах, услугах), а также в договорах с потребителями, требует соответствующего законодательного разрешения.