

Когда реклама вводит в заблуждение



Для кого (для каких случаев): Для случаев заключения договора на основе рекламы.

Сила документа: Постановление Арбитражного Суда Округа РФ.

Цена вопроса: 107 100 руб.

Схема ситуации: Много какой рекламы всплывает в Интернете, полезной и не очень. Так, одному ИП примелькалась рекламка с кофейными автоматическими аппаратами. А не заняться ли новым бизнесом – мелькнула мысль?! И ИП принялся за дальнейшее изучение вопроса: перешел по ссылке, посмотрел видео и презентацию рекламодателя. Тот предлагал "торговое оборудование для розничной реализации и продажи напитков с автоматической подачей". Цена приемлемая. И решительный ИП, недолго думая, решил заключить договор.

В рамках приложения N 1 к договору между сторонами была согласована поставка следующего товара: комплекс обучающих средств, консалтинговых услуг; капхолдер для стакана, подставка, стакан, крышка и мешатель в количестве 100 шт.; торговое оборудование модели С-20/6 для розничной реализации и продажи напитков с автоматической подачей - 3 шт. Внес ИП предоплату - 107 100 руб. И стал ждать поставку... Все пришло. Вернее, пришло в итоге-то не все: кофемашины, которые так явно мелькали в рекламе, основного так сказать, нема! Предъявил ИП претензии поставщику, а тот в отказ: кто де Вам обещал кофемашины?! Читайте внимательнее договор: нету их там!

ИП пошел оспаривать договор в суд. Обосновал свою позицию ИП тем, что поставщик путем обмана, злоупотребления доверием, предоставления ложной рекламной информации, выступлений представителей в интернете ввел его в заблуждение относительно элементов совершаемой сделки. Настаивал ИП на том, что заключая договор предполагал поставку полностью готового для бизнеса комплекса материалов и оборудования, в том числе кофемашины, стеллажей и т.д.

Первый суд согласился с ИП в том, что описание предмета договора могло ввести его в заблуждение относительно наличия либо отсутствия кофемашины.

Однако остальные суды решили иначе. В соответствии с п. 118а "ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения", под торговым оборудованием понимаются технические средства, устанавливаемые в торговом помещении предприятия розничной торговли для размещения, хранения и демонстрации товара, реализации, а также для проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей. Про изготовление и производство ни слова! Из этого суды сделали вывод о том, что кофемашина не может являться торговым оборудованием.

Выводы и Возможные проблемы: Важно понимать и помнить, что рекламные ролики, фото и видео не всегда отражают реальность. Нужно не только читать договор, но и понимать! Если в каких-то терминах путаетесь, не лишним будет уточнить их сущность. Как говорится: семь раз отмерь, один раз отрежь!

Строка для поиска в КонсультантПлюс: «Ложная рекламная информация об объеме услуг».

Где посмотреть документы: КонсультантПлюс, Судебная Практика: [ПОСТАНОВЛЕНИЕ АРБИТРАЖНОГО СУДА ПОВОЛЖСКОГО ОКРУГА ОТ 02.11.2020 N Ф06-66942/2020 ПО ДЕЛУ N А72-15156/2019](#)

[документ в офлайн-версии](#)

[документ в онлайн-версии](#)



Нет КонсультантПлюс?

Закажите полную версию документа или
подберите комплект КонсультантПлюс самостоятельно