

ЗАКОН

за изменение и допълнение на Закона за защита на потребителите
(Обн., ДВ, бр. 99 от 2005 г.; изм. и доп., бр. 30, 51, 53, 59, 105 и 108 от 2006 г. и бр.
31 и 41 от 2007 г.)

§ 1. В чл. 1, ал. 2, т. 3 думата “непочтена” се заличава.

§ 2. В чл. 15, ал. 1 след думата “нейната” се добавя “продажна”.

§ 3. В наименованието на глава трета думата “непочтена” се заличава.

§ 4. Член 32 се изменя така:

“Чл. 32. Разпоредбите на тази глава имат за цел да защитят потребителите и търговците от заблуждаваща реклама и от нейните нелоялни последици и да определят условията, при които сравнителната реклама е разрешена.”

§ 5. В чл. 33, ал. 2 думите “или непочтената” се заличават.

§ 6. В чл. 34 се правят следните изменения:

1. В ал. 1 думите “или непочтена реклама” се заличават.

2. В ал. 2 думите “или непочтена” се заличават.

§ 7. В чл. 35, ал. 1 думата “непочтена” се заличава.

§ 8. В чл. 37 думата “непочтена” се заличава.

§ 9. В глава трета раздел III се отменя.

§ 10. В чл. 41 се правят следните изменения:

1. Точка 1 се изменя така:

“1. не е заблуждаваща по смисъла на чл. 38 и по смисъла на чл. 68д, 68е, 68ж;”.

2. Точка 3 се изменя така:

“3. сравнява обективно една или повече характерни черти на стоките и услугите, които са съществени, сравними и представителни за тези стоки и услуги, включително техните цени.”

§ 11. Член 51 се изменя така:

“Чл. 51. Забранява се предлагането и продажбата чрез сключване на договори за продажба от разстояние на:

1. лекарства, хранителни добавки и хомеопатични продукти;

2. други продукти, представяни с лечебно въздействие.”

§ 12. В чл. 53 думите “преди изтичане на сроковете по чл. 55” се заличават.

§ 13. В глава четвърта се създава раздел V:

“Раздел V

Нелоялни търговски практики

“Чл. 68б. Разпоредбите на този раздел имат за цел да осигурят защита на потребителите срещу нелоялни търговски практики преди, по време на и след отправяне на предложение от търговец до потребител и/или сключване на договор за продажба на стоки, или предоставяне на услуги.

Чл. 68в. Нелоялните търговски практики са забранени.

Чл. 68г. (1) Счита се, че дадена търговска практика, свързана с предлагането на стоки или услуги е нелоялна, ако противоречи на изискването за добросъвестност и професионална компетентност и ако променя или е възможно да промени съществено икономическото поведение на средния потребител, когато засяга или към когото е насочена, или на средния член от групата потребители, когато търговската практика е насочена към определена група потребители.

(2) Търговска практика, която е възможно да промени съществено икономическото поведение на някои особено уязвими категории потребители поради техен умствен или физически недостатък, тяхната възраст или доверчивост, когато търговецът е могъл да предвиди това, се преценява от гледна точка на средния член на групата потребители, към която е насочена.

(3) Разпоредбата на ал. 2 не се прилага за реклама, която съдържа преувеличени изявления или изявления, които не са предназначени да бъдат разбрани буквално.

(4) Нелоялни са и заблуждаващите и агресивните търговски практики по чл. 68е - 68к.

Чл. 68д. (1) Счита се, че дадена търговска практика е заблуждаваща, когато съдържа невярна информация и следователно е подвеждаща или когато по някакъв начин, в т.ч. чрез цялостното ѝ представяне, заблуждава или е в състояние да въведе в заблуждение средния потребител, дори и ако представената информация е фактически точна по отношение на един или повече от елементите, посочени в ал. 2, и има за резултат или е възможно да има за резултат вземането на решение от потребителя за закупуване на стока или услуга, което той не би взел без прилагането на търговската практика.

(2) Елементите по ал. 1 включват информация за:

1. съществуването или естеството на стоката или услугата;

2. основните характеристики на стоката или услугата, като: наличност, преимущества, рисковете, които тя съдържа, изработка, състав, допълнителни части към стоката или услугата, извънгаранционно обслужване, разглеждане на жалби на потребителите, начин и дата на производство или на представяне на стоката или услугата, доставка, годност за употреба, използването ѝ, количество, спецификация, географски или търговски произход, резултатите, които могат да се очакват от нейната употреба, или резултатите и съществените характеристики от извършените изпитвания или проверки на стоката или услугата;

3. всички задължения на търговеца, мотивите за прилагане на търговската практика и естеството на процеса на продажба, както и всяко твърдение или символ, които дават основание да се смята, че търговецът или стоката и услугата са обект на спонсорство или на друга форма на пряка или непряка подкрепа;

4. цената или начина на нейното изчисляване, или съществуването на специфично предимство по отношение на цената;

5. необходимостта от предоставяне на допълнителна услуга, резервна част, от замяна или ремонт на стоката;

6. вида, качеството и правата на търговеца или на неговия представител, като: трите имена, единният граждански номер и постоянният адрес на физическите лица и наименованието, единният идентификационен код, адресът на управление и правно-организационната форма на юридическите лица, неговото имущество, квалификация, разрешение за извършване на дейност, членство в професионални организации или друг вид обвързаност, неговите права на индустриална, търговска и интелектуална собственост или получените награди и отличия;

7. правата на потребителя, в т. ч. правото му да замени стоката, да развали договора, да му бъде възстановена заплатената от него сума, на основание чл.112 - 115 или рисковете, на които потребителят може да бъде изложен.

(3) Заблуждаваща е и всяка търговска практика, която от целия ѝ фактически контекст и като се вземат предвид всички нейни характеристики и обстоятелства, води или е възможно да доведе средния потребител до вземането на решение за закупуване на стока или услуга, което той не би взел без използването на търговската практика, и когато тя включва:

1. всяка маркетингова дейност по отношение на стока или услуга, в т. ч. използване на сравнителна реклама, която създава объркване с друга стока, услуга, марка, търговско наименование или друг отличителен знак на конкурент;

2. неспазване на ангажиментите, поети от търговеца чрез присъединяването му към кодекс за добра търговска практика, когато тези ангажименти имат задължителен характер, могат да бъдат проверени и в кодекса за добра търговска практика се посочва, че търговецът е обвързан да спазва съдържашите се в него правила.

Чл. 68е. (1) Счита се, че дадена търговска практика е заблуждаваща и когато от целия ѝ фактически контекст и като се вземат предвид всички нейни характеристики и обстоятелства, както и ограниченията на използването средство за комуникация, следва че тя не предоставя съществена информация, необходима на средния потребител в зависимост от ситуацията за вземането на решение за закупуване на стока или услуга, след като се е запознал с тях, което води или може да доведе до вземането на решение за закупуване на стока или услуга, което потребителят не би взел без използването на тази търговска практика.

(2) Заблуждаваща е и всяка търговска практика, при която чрез премълчаване, имайки предвид елементите по ал. 1, търговецът прикрива съществена информация по смисъла на ал. 1 или я предоставя по неясен, неразбираем или двусмислен начин, или не я предоставя своевременно, или при която търговецът не посочва своята истинска търговска цел, ако тя не се разбира от контекста и има за резултат или е възможно да има за резултат вземането на решение от потребителя за закупуване на стока или услуга, което той не би взел без използването на търговската практика.

(3) Когато използването средство за комуникация, чрез което се прилага търговската практика, налага ограничения във времето и пространството, при извършване на преценка дали търговецът е премълчал информация или не се вземат предвид ограниченията на средството за комуникация, както и всички мерки, предприети от търговеца за предоставяне на информацията на потребителите чрез други средства.

(4) При отправяне на покана за покупка за съществена по смисъла на ал. 1 се счита информацията за:

1. основните характеристики на стоката или услугата в зависимост от използваното средство за комуникация и от съответната стока или услуга;

2. трите имена, единния граждански номер и постоянния адрес на физическите лица и наименованието, единния идентификационен код, адреса на управление и правно-организационната форма на юридическите лица и, ако е необходимо, адреса, името, съответно фирмата или единния идентификационен код на търговеца, за чиято сметка действа;

3. цената с включени в нея всички данъци; когато цената не може да бъде изчислена предварително, се указва начинът, по който е изчислена, и, ако е необходимо, се посочват всички допълнителни разходи за транспорт, доставка, пощенски услуги; когато допълнителните разходи не могат да бъдат изчислени предварително, се посочва, че тези разходи могат да бъдат за сметка на потребителя;

4. условията на плащане, доставка, изпълнение и разглеждане на жалби, когато те се различават от изискването за добросъвестност и професионална компетентност;

5. за стоките и услугите, както и за договорите, при които потребителят има право да се откаже от договора или да го прекрати - информацията за наличието на това право.

(5) Съществена по смисъла на ал. 1 е и задължителната информация, предвидена в законодателството на Европейския съюз за търговските съобщения, включително по отношение на рекламата и маркетинга, която е включена в Приложение № 2 на Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. за нелоялните търговски практики на търговци спрямо потребители във вътрешния пазар на Европейската общност, изменяща Директива 84/450/ЕИО на Съвета и директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и Регламент ЕО № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета.

Чл. 68ж. Нелоялни търговски практики са и следните заблуждаващи търговски практики:

1. да се твърди от страна на търговец, че се е присъединил към кодекс за добра търговска практика, когато това не е вярно;

2. да се показва удостоверение, знак за качество или техен еквивалент, когато не е получено необходимото разрешение за това;

3. да се твърди, че даден кодекс за добра търговска практика е одобрен от обществен или друг орган, когато това не е вярно;

4. да се твърди, че търговец е получил разрешение за извършване на определена дейност или че за дадена стока или услуга е получено разрешение, одобрение или лиценз от държавен или друг орган, когато това не е вярно или когато търговецът не спазва условията, при които е било издадено разрешението, одобрението или лицензът;

5. предлагането за продажба на стоки или услуги на определена цена, като не се посочват вероятните причини, поради които търговецът няма да може да достави или да осигури доставянето от друг търговец на стоките или услугите или на равностойни стоки или услуги на обявената цена за определен период от време и в разумно количество, съобразно стоката или услугата, обема на направената реклама за стоката или услугата и предложената цена;

6. предлагането за продажба на стоки или услуги на посочената цена и впоследствие с цел насърчаване продажбата на друга стока или услуга търговецът:

а) откаже да предостави на потребителя стоката или услугата, които са били обект на рекламата;

б) откаже да приеме поръчки за тези стоки или услуги или да ги достави на потребителя в разумен срок;

в) предостави на потребителя образец на стоката, предложена за продажба, който е дефектен;

7. да се твърди невярно, че дадена стока или услуга ще бъде пусната на пазара за ограничен период от време или че ще бъде в наличност на пазара при определени условия само за много кратък период от време с цел да се предизвика вземането на незабавно решение и лишаването на потребителите от възможността или от достатъчен срок за да изберат стоката или услугата, след като са се запознали с нея;

8. поемането на ангажимент от търговеца за предоставяне на извънгаранционно обслужване на потребителите, с които той е общувал на език, който не е официален език в държавата - членка на Европейския съюз, където се намира седалището на търговеца преди сключване на договора, а впоследствие при предоставяне на извънгаранционното обслужване търговецът използва друг език, без да е уведомял за това потребителя, преди потребителят да се задължи да сключи договор;

9. да се твърди или да се създава впечатление, че продажбата на дадена стока или услуга е разрешена от закона, когато това не е вярно;

10. да се представят правата на потребителите, предоставени им от закона, като специфична част от предложението на търговеца за продажба на стоки или услуги;

11. използването на редакционен материал в медиите или използването на образи и звуци, които могат да бъдат установени ясно от потребителя, без да е посочено изрично, че това е в рамките на кампания, финансирана от търговеца за насърчаване продажбите на дадена стока или услуга;

12. изказването на твърдения, които съдържат неверни факти за естеството и степента на рисковете, на които се излага потребителят по отношение на неговата лична безопасност или тази на неговото семейство, ако потребителят не закупи стоката или услугата;

13. насърчаването на продажбата на стока или услуга, подобна на стоката, произведена от даден производител, по начин, който въвежда умишлено потребителя в заблуждение, като му дава основание да смята, че стоката е произведена от този производител, когато това не е вярно;

14. създаването, използването или насърчаването на пирамидални продажби, чиято основна цел не е продажбата или потреблението на стоки и услуги, а включването на други потребители в системата за продажба, при които потребителят плаща, за да участва, като получава възможност да си възстанови заплатената от него сума чрез привличането на други потребители в системата;

15. да се твърди, че търговецът преустановява своята дейност или се установява на друго място, когато това не е вярно;

16. да се твърди за дадена стока, че увеличава възможностите за печалба при лотарии и други хазартни игри;

17. изказването на неверни твърдения, че дадена стока може да лекува болести, нарушени функции на човешкия организъм или вродени дефекти;

18. съобщаването на информация, която съдържа неточни факти за условията на пазара или за възможността стоката или услугата да се намери на пазара с цел да се накара потребителят да закупи стоката или услугата при по-неблагоприятни условия от нормалните;

19. да се твърди при прилагането на дадена търговска практика, че е организиран конкурс или че може да бъде спечелена награда, без впоследствие да се предоставят посочените награди или тяхната равностойност;

20. да се представя, че дадена стока или услуга се предоставя "безплатно", "безвъзмездно", "без разходи" или с други подобни названия, когато потребителят трябва да заплати някаква сума за стоката или услугата освен неизбежните за потребителя разходи, необходими за да отговори на търговската практика, да влезе във владение на стоката или на разходите за нейната доставка;

21. прибавянето към рекламния материал на фактура или на друг подобен документ, който създава впечатление у потребителя, че вече е поръчал стоката или услугата, когато това не е вярно;

22. отправянето на неверни твърдения или създаването на впечатление, че търговецът не действа в рамките на своята търговска дейност, или невярното представяне на търговеца като потребител;

23. създаването на невярно впечатление, че е предоставено извънгаранционно обслужване на стоката в друга държава - членка на Европейския съюз, различна от тази, в която се продава стоката.

Чл. 68з. Счита се, че дадена търговска практика е агресивна, когато от целия ѝ фактически контекст и като се вземат предвид всички нейни характеристики и обстоятелства, и поради използването на тормоз, принуда, включително използването на физическа сила или на необосновано влияние, следва, че тя променя или е възможно да промени съществено свободата на избор или поведението на средния потребител по отношение на стоката или услугата, което води или може да доведе до вземането на решение за закупуване на стока или услуга, което потребителят не би взел без използването на тази търговска практика.

Чл. 68и. При извършването на преценка дали при използването на дадена търговска практика се използва тормоз, принуда, включително физическа сила или необосновано влияние, се вземат предвид:

1. периодът от време и мястото на прилагане на търговската практика, нейният характер и настойчивост;

2. използването на физическа заплаха или на устна закана;

3. използването от страна на търговеца на информацията, с която разполага, за нещастие или друго специфично обстоятелство за потребителя, което е в състояние да промени преценката на потребителя, с цел да му повлияе при вземането на решение по отношение на стоката или услугата;

4. налагането на всякакъв вид големи и несъответстващи на целта извъндоговорни пречки, когато потребителят желае да упражни правата си по договора, включително правото си да прекрати договора или да избере друга стока или услуга или друг търговец;

5. всяка заплаха за предприемане на действия, които противоречат на закона.

Чл. 68к. Нелоялни търговски практики са и следните агресивни търговски практики:

1. оставянето на впечатление у потребителя, че той не може да напусне помещението, докато не се сключи договор;

2. извършването на посещения от страна на търговеца в дома на потребителя, пренебрегвайки изричното искане на потребителя търговецът да напусне помещението или да не се връща отново, с изключение на случаите, необходими за изпълнението от страна на търговеца на договорно задължение;

3. многократното изпращане на непоискани търговски съобщения до потребителя по телефон, факс, електронна поща или всяко друго средство за комуникация от разстояние, без да се накърняват разпоредбите на чл. 49 от този закон и на чл. 6 от Закона за електронната търговия;

4. да се задължи потребителят, който иска да получи обезщетение съгласно условията на сключения договор за застраховка, да представи документи, които не са необходими за установяване основателността на неговото искане или системното непредоставяне на отговор на съществени въпроси, поставени от потребителя, с цел да бъде разубеден да не търси правата си по договора;

5. при реклама - прякото насърчаване на децата да закупят или да убедят своите родители или други възрастни да им закупят стоката или услугата, която е предмет на рекламата;

6. да се изисква незабавно или разсрочено плащане на стоки или услуги, доставени от търговеца, които не са поискани от потребителя, или да се изисква тяхното връщане или съхранение от потребителя;

7. изричното уведомяване на потребителя, че ако не закупи стоката или услугата, работата или средствата за съществуване на търговеца ще бъдат поставени под заплаха;

8. създаването на невярно впечатление, че потребителят вече е спечелил, ще спечели или като извършва дадено действие, ще спечели награда или друга равностойна облага, когато всъщност:

а) не съществува такава награда или облага;

б) извършването на действие, свързано с получаване на наградата или на друга равностойна облага, е обвързано със задължението на потребителя да заплати парична сума или да поеме някакъв разход.

Чл. 68л. (1) Договорите и условията за доставка на стоки и за предоставяне на услуги на потребителите могат да се тълкуват в зависимост от търговските съобщения, съдържащи се в рекламите и в използваните търговски практики от страна на търговеца, когато тези съобщения могат да въведат в заблуждение потребителите.

(2) Когато е сключен договор в резултат на използването на нелоялна търговска практика, потребителят има право да му бъдат възстановени платените от него суми по договора, без да дължи връщане на получената стока и обезщетение и/или неустойка.”

§ 14. В чл. 69, ал. 2 се правят следните изменения и допълнения:

1. В т. 1 след думите “всяко лице” и “всяко друго лице” се добавя “установено на територията на Европейската общност или на държава - членка на Европейското икономическо пространство” и се поставя запетая.

2. В т. 2 думите “Република България” се заменят с “Европейската общност или в държава - членка на Европейското икономическо пространство”.

§ **15.** В чл. 82 се правят следните изменения и допълнения:

1. В ал. 1, т. 3 думите “средства и” се заличават.

2. В ал. 2 запетаята след думите “във връзка с безопасността на храните” се заменя със съюза “и” и думите “средства и” се заличават.

§ **16.** В чл. 86 се правят следните изменения и допълнения:

1. В ал. 2 изречение второ се заличава.

2. Създават се ал. 3 и 4:

“(3) Когато в резултат на проверката за безопасност на стоката или услугата се установи, че тя е безопасна, разходите за проверка и оценка на безопасността на стоката или услугата са за сметка на контролния орган.

(4) Когато в резултат на проверката за безопасност на стоката или услугата се установи, че тя е опасна, разходите за проверка и оценка на безопасността на стоката или услугата са за сметка на лицето, спрямо което е постановена забраната.”

§ **17.** В чл. 88 се правят следните изменения и допълнения:

1. Създават се нови ал. 2 и 3:

“(2) Когато в резултат на проверката за безопасност по ал. 1, т. 1 се установи, че стоката или услугата е безопасна, разходите за проверка и оценка на безопасността на стоката или услугата са за сметка на контролния орган.

(3) Когато в резултат на проверката за безопасност по ал. 1, т. 1 се установи, че стоката или услугата е опасна, разходите за проверка и оценка на безопасността на стоката или услугата са за сметка на лицето, спрямо което е постановена мярката.”

2. Досегашните ал. 2 и 3 стават съответно ал. 4 и 5.

§ **18.** В чл. 104, ал. 2 думата “страната” се заменя с “Европейската общност или на държава - членка на Европейското икономическо пространство” и се поставя запетая.

§ **19.** В чл. 130, ал. 3, изречение второ думите “Република България” и “страната” се заменят с “Европейската общност”.

§ **20.** В чл. 131, ал. 1, т. 2 числото “500” се заменя с “1000”, а думите “когато вещта е ползвана от увреденото лице по предназначение” се заменят с “когато вещта е предназначена предимно за лична употреба и е ползвана от увреденото лице по предназначение”.

§ **21.** В чл. 134, ал. 1 думите “произведена на територията на Република България” се заличават, а след думите “внесло стоката” се добавя “на територията на Европейската общност”.

§ **22.** В чл. 152, ал. 2, т. 2 аббревиатурата “БУЛСТАТ” се заменя с “единния идентификационен код”.

§ **23.** В чл. 153, ал. 2 след думите “или на територията на” се добавя “друга”.

§ 24. В чл. 160 след думите “или на територията на” се добавя “друга”.

§ 25. В чл. 165, ал. 3, т. 2 запетаята и думата “непочтената” се заличават, а накрая се поставя запетая и се добавя “както и върху нелоялните търговски практики”.

§ 26. В чл. 186 се правят следните изменения и допълнения:

1. В ал. 2, т. 9 се създава буква “н”:

“н) Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за нелоялните търговски практики спрямо потребителите.”

2. В ал. 2, т. 1 думите “и раздел III “Непочтена реклама” се заличават.

3. В ал. 3 думите “и раздел III “Непочтена реклама” се заличават.

§ 27. В чл. 186б, ал. 1 след думите “по чл. 186, ал. 1” се добавя “и 3”.

§ 28. Създават се чл. 210а и 210б:

“Чл. 210а. За нарушение на чл. 68в, чл. 68г, ал. 1 и 2, чл. 68ж, т. 1-11, 13, 15, 18-23 и чл. 68к, т. 3-6 на виновните лица се налага глоба, а на едноличните търговци и юридическите лица - имуществена санкция, в размер от 500 до 10 000 лв.

Чл. 210б. За нарушение на чл. 68ж, т. 12, 14, 16 и 17 и на чл. 68к, т. 1, 2, 7 и 8 на виновните лица се налага глоба, а на едноличните търговци и юридическите лица - имуществена санкция, в размер от 1000 до 15 000 лв.”

§ 29. Създава се чл. 222а:

“Чл. 222а. Който е приел, че предявената към него рекламация е основателна и не я удовлетвори съгласно предвидения в чл. 113 срок, се наказва с глоба, а едноличните търговци и юридическите лица - с имуществена санкция, в размер от 1000 до 3000 лв.”

§ 30. Създава се чл. 225а:

“Чл. 225а. (1) Който не изпълни съдебно решение по чл. 186б, се наказва с глоба от 1000 до 10 000 лв., а на едноличните търговци и юридическите лица се налага имуществена санкция в размер от 1000 до 20 000 лв.”

(2) Глобата или имуществената санкция се налага по реда на чл. 201 от Закона за съдебната власт.”

§ 31. В Допълнителните разпоредби се правят следните изменения и допълнения:

1. В § 6 думите “и козметични средства” се заличават.

2. В § 7 думите “и козметични средства” се заличават.

3. В § 13:

а) в т. 2 накрая се поставя запетая и се добавя “както и всяко лице, което действа от негово име и за негова сметка”;

б) в т. 5 думите “Република България” и “страната” се заменят с “Европейската общност”;

в) създават се т. 23-31:

“23. “Търговска практика” е всяко действие, премълчаване, поведение, търговска инициатива или търговско съобщение, включително реклама и маркетинг от страна на търговец, което е пряко свързано с насърчаването, продажбата или доставката на стока или предоставянето на услуга на потребителите.

24. “Маркетинг” е съвкупност от техники, които имат за предмет търговската стратегия на търговеца, в т.ч. проучването на пазара.

25. “Съществено изменение на икономическото поведение на потребителите” е използването на търговска практика, която намалява значително способността на потребителя да вземе решение за закупуване на стока или услуга, след като се е запознал с тях, което води до вземането на решение, което потребителят не би взел без използването на тази търговска практика.

26. “Кодекс за добра практика” е споразумение или съвкупност от правила, които не произтичат от изискванията на нормативните актове, определящи поведението на търговците, поели задължение да спазват изискванията на кодекса по отношение на една или повече търговски практики или по отношение на една или няколко стопански дейности.

27. “Търговец, който отговаря за прилагането на кодекс за добра практика” е всяка организация, в т.ч. всяко лице по т. 2 или група от такива лица, които отговарят за изготвянето и изменението на кодекс за добра практика и/или за осъществяването на контрол за неговото спазване от лицата, които са обявили, че ще спазват изискванията на кодекса.

28. “Добросъвестност и професионална компетентност” е степента на специални познания, умения и грижи, които може да се очаква да бъдат притежавани и проявени от търговеца спрямо потребителя съгласно почтените пазарни практики и/или принципа за добросъвестност в сферата на дейност, упражнявана от търговеца.

29. “Покана за покупка” е търговско съобщение, което посочва по подходящ начин, в зависимост от използваното средство за осъществяване на търговско съобщение, характеристиките на стоката или услугата и тяхната цена, и което дава възможност на потребителя да направи покупка.

30. “Необосновано влияние” е използването на позиция на сила спрямо потребителя за упражняване на натиск върху него, дори и без използването или заплахата за използване на физическа сила, по начин, който ограничава значително способността на потребителя да вземе решение за закупуване на стоката или услугата, след като се е запознал с нея.

31. “Решение за закупуване на стока или услуга” е всяко решение, взето от потребител за това, дали да закупи стока или услуга, за начините и условията за нейното закупуване, дали да извърши цялостно или частично плащане, дали да задържи стоката или да се разпорежи с нея, да упражни правата си, предвидени в договора по отношение на стоката или услугата, независимо от това, дали потребителят решава да предприеме действие или не.”

4. Създава се § 13а:

“§ 13а. Този закон въвежда разпоредбите на:

1. Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за обозначаване цените на стоките, предлагани на потребителите;

2. Директива 84/450/ЕИО на Съвета за заблуждаваща реклама;

3. Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за сравнителна реклама;

4. Директива 85/577/ЕИО на Съвета за договори извън търговския обект;
 5. Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за договори от разстояние;
 6. Директива 2001/95/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за общата безопасност на стоките;
 7. Директива 99/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за продажбата на стоки и свързаните с тях гаранции;
 8. Директива 85/374/ЕИО на Съвета за отговорност за вреди, причинени от дефект на стока;
 9. Директива 93/13/ЕИО на Съвета за неравноправни клаузи, включени в потребителски договори;
 10. Директива 94/47/ЕИО на Европейския парламент и на Съвета за придобиване право на ползване на недвижим имот за определен период от време;
 11. Директива 98/27/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за защита на колективните интереси на потребителите;
 12. Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за нелоялните търговски практики на търговци спрямо потребители”.
- § **32.** Навсякъде в закона в наименованията на актовете на Европейските общности абревиатурата “ЕС” се заменя с “ЕО”, а абревиатурата “ЕЕС” се заменя с “ЕИО”.

ПРЕХОДНИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

- § **33.** Устройственият правилник на Комисията за защита на потребителите се привежда в съответствие с изискванията на закона в едномесечен срок от влизането му в сила.
- § **34.** В Закона за защита на конкуренцията (обн., ДВ, бр. 52 от 1998 г.; Решение № 22 на Конституционния съд от 1998 г. - бр. 112 от 1998 г.; изм. и доп., бр. 81 от 1999 г., бр. 28 от 2002 г., бр. 9 и 107 от 2003 г., бр. 105 от 2005 г. и бр. 37, 59 и 86 от 2006 г.) се правят следните изменения и допълнения:
1. В чл. 30 думите “или в отношенията им с потребителите” се заличават.
 2. В чл. 32 се правят следните изменения:
 - а) алинея 1 се отменя;
 - б) алинеи 3 и 4 се отменят.
 3. В чл. 33, ал. 2 думите “и/или на потребителите” се заличават.
 4. В чл. 34 ал. 3 и 4 се отменят.
- § **35.** Заварените при влизането в сила на този закон висящи производства по чл. 30-34 от Закона за защита на конкуренцията пред комисията се довършват по досегашния ред.
- § **36.** Законът влиза в сила един месец след обнародването му в “Държавен вестник”.

Законът е приет от XL Народно събрание на 2007 г. и е
подпечатан с официалния печат на Народното събрание.

**ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
НАРОДНОТО СЪБРАНИЕ:**

(Георги Пирински)

М О Т И В И

към проекта на Закон за изменение и допълнение на Закона за защита на потребителите

Необходимостта от изменение и допълнение на Закона за защита на потребителите е обусловена от следните предпоставки: от една страна, привеждане на българското законодателство в съответствие с изискванията на европейското право за защита на потребителите, в т.ч. по отношение на нелоялните търговски практики на търговци спрямо потребители. От друга страна, в българското законодателство липсва обща рамка, която да урежда отношенията между търговци и потребители във връзка с използването на нелоялни търговски практики от страна на търговците. В момента защитата на потребителите от нелоялни търговски практики е уредена частично в Закона за защита на потребителите, в отделни негови текстове, касаещи предимно заблуждаващата реклама, и частично в Закона за защита на конкуренцията. На трето място, потребителите са слаба страна в пазарните отношения с търговци и тяхната защита изисква приемането на ефективни законодателни мерки. Не на последно място, необходимостта от предоставяне на възможност на Комисията за защита на потребителите да използва процедурата на чл. 186б от Закона за защита на потребителите за бързо производство при предявяване на искиове за защита на колективните интереси на потребителите.

Проектът на Закон за изменение и допълнение на Закона за защита на потребителите създава напълно нова регламентация на нелоялните търговски практики. Законопроектът въвежда в българското законодателство изискванията на Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за нелоялните търговски практики на търговци спрямо потребители.

Законодателят не може да обхване всички частни случаи на нелоялни търговски практики предвид многообразието на договорите, които се сключват между търговци и потребители. Поради това законопроектът създава обща регламентация на нелоялните търговски практики. Проектът на закон има за цел да предостави защита на потребителите от последиците от използването на нелоялни търговски практики, които съществено увреждат техните икономически интереси.

Законопроектът ще се прилага в отношенията между потребители и търговци във връзка с договорите, сключвани между тях, доколкото не съществува специална правна норма. В отношенията между търговците, в частност по отношение на търговски практики, които увреждат интересите на конкурентите, ще продължат да се прилагат разпоредбите на Закона за защита на конкуренцията. Във връзка с това от Закона за защита на конкуренцията ще отпаднат някои разпоредби, които касаят нелоялни търговски практики, използвани от търговци спрямо потребители, като тези разпоредби са включени в новосъздадения раздел четвърти на глава четвърта на Закона за защита на потребителите.

Законопроектът въвежда обща забрана за използването на нелоялни търговски практики. Тя ще се прилага за всички търговски практики, независимо дали са се проявили преди, по време на или след отправяне на предложение от търговец до потребител и/или сключване на договор за продажба на стоки или предоставяне на услуги.

За целите на законопроекта са дефинирани някои нови понятия, които не съществуват в сегашния Закон за защита на потребителите и за които няма легална дефиниция в законодателството, като: “нелоялна търговска практика”, “търговска

практика”, “съществено изменение на икономическото поведение на потребителите”, “кодекс за добра практика”, “лице, което отговаря за прилагането на кодекс за добра практика”, “необосновано влияние” и други.

Съгласно законопроекта нелоялните търговски практики могат да бъдат заблуждаващи и агресивни. Законопроектът въвежда критерии, по които ще се преценява дали търговската практика е заблуждаваща или агресивна и дали установява изчерпателно изброяване на търговските практики, които ще се считат за заблуждаващи или агресивни при всички обстоятелства, без да е необходима преценка от страна на правоприлагащия орган.

Законопроектът съдържа разпоредби, предоставящи възможност за завеждане на колективни иски от страна на сдруженията на потребителите и на Комисията за защита на потребителите. Чрез допълнение на чл. 186, ал. 2 на сега действащия закон сдруженията на потребителите и Комисията за защита на потребителите ще могат да предявяват пред съда иск за преустановяване или забрана на нелоялни търговски практики, които увреждат колективните интереси на потребителите.

Законопроектът гарантира правата на потребителите, като установява административноправни и гражданскоправни механизми за защита. За нарушения на правните норми се предвижда налагане на административни наказания на нарушителите от страна на контролните органи. В същото време, когато е сключен договор в резултат на използването на нелоялна търговска практика, потребителят има право да му бъдат възстановени платените от него суми по договора, без да дължи връщане на получената стока и обезщетение и/или неустойка.

Прилагането на предлагания проект на Закон за изменение и допълнение на Закона за защита на потребителите не изисква създаването на нова институционална структура. Контролът по изпълнението на законопроекта ще се осъществява от Комисията за защита на потребителите към министъра на икономиката и енергетиката.

Приемането на проекта на Закон за изменение и допълнение на Закона за защита на потребителите ще способства за ограничаване на измамите и злоупотребите спрямо потребителите и ще допълни изградения механизъм за защита на икономическите интереси на потребителите.

МИНИСТЪР-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

(Сергей Станишев)

