

РЕШЕНИЕ

№ 2484

гр. София, 12.05.2020 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 28 състав,
в публично заседание на 04.03.2020 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Антони Йорданов

при участието на секретаря Наталия Дринова, като разгледа дело номер **13761** по описа за **2019** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 и сл. от Административно-процесуалния кодекс /АПК/.

Образувано е по жалба на [фирма], ЕИК[ЕИК], срещу Заповед № 819/04.10.2019г. на Председателя на Комисията за защита на потребителите /КЗП/, с която е забранено на жалбоподателят за използва нелоялни търговски практики при упражняването на своята търговска дейност.

В жалбата се поддържа, че оспорената заповед е незаконосъобразна, издадена в нарушение на процесуалните правила и при неправилно прилагане на материалния закон. Твърденията са, че не е извършена нелоялна търговска практика, като сочи, че за релевантния период 27.06.2019г. – 29.06.2019г. са били налични продуктите на промоция и същите били продавани, за което представя като доказателства касови бонове. Отделно от това сочи, че в рекламата на промоцията е било записано, че същата важала до изчерпване на количествата. В тази връзка сочи, че интересът към промоционалните продукти бил изключително слаб. Допълнително сочи, че с наложената забрана е нарушен принципа на пропорционалността и по същество счита, че е налице недопустима намеса на КЗП в икономическата свобода на търговеца.

Ответникът Председател на КЗП, чрез процесуален представител изразява становище за неоснователност на жалбата. В представено по делото писмено становище подробно аргументира законосъобразността на атакуваната заповед. Софийска градска прокуратура не се представлява в съдебно заседание и не взема становище.

Административният съд С. – град, след като обсъди събраните по делото доказателства във връзка с доводите на страните, приема за установено следното от фактическа страна:

В КЗП е постъпил сигнал, заведен с вх. № П- 03 - 930 от 01.07.2019г. от потребител. В същият е посочено, че в брошура за периода 27.06.2019г. - 03.07.2019г. е обявена промоция „Вземи две плати едно“, като конкретно визира бира Л. 1 литър. Подателя на сигнала сезира контролния орган, че от началната дата на стартиране на кампанията (27.06.2019г.) до датата на подаване на сигнала (01.07.201 г.) многократно е посещавал магазин „Б.“, [населено място], [улица](четвъртък 27.06.2019 г., петък 28.06.2019 г., събота 29.06.2019г. и понеделник 01.07.2019г.) е установявал липса на наличности от промоционална стока — бира Л. 1 литър. В сигнала се заявява, че липса на наличност е установил и в друг търговски обект Б. - „магазина до Ф. на К. шосе“. Недоволен останал от липсата на стоките в промоцията и приел, че търговецът само заблуждават клиента да се разкарва и да посещава магазина. Посочено е още, че това е редовна практика от страна на Б. България, за която многократно ги е уведомявал, но резултат няма.

Във връзка с постъпилата жалба на 03.07.2019г. длъжностни лица на РД П. при КЗП са извършили проверка в посочения в сигнала търговски обект магазин „Б.“, обет 303, находящ се [улица], [населено място] стопанисван и експлоатиран от [фирма]. За извършената проверка били съставени Констативен протокол (КП) № К2672322 от 03.07.2019г., така също и в Протокол за проверка на документи (ППД) № К - № 089608 от 18.07.2019 г.

В хода на проверката е установено, че в търговската зала на обета са изложени е се предлагат за продажба стоки на промоционални цени. Установено било също, че на видно и достъпно за потребителите място в търговския обет са поставени рекламни брошури. Същите масово се разпространявали и на територията на [населено място]. В рекламна брошура е била обявена промоция с текст: „ВЗЕМИ ДВЕ, ПЛАТИ ЕДНО“. В брошурата присъстват снимки на напитки и хранителни стоки с обявени цени в български лева за два броя (1+1) на цената на един брой. Посочен биле и период на валидност на промоцията — от 27.06.2019г. до 03.07.2019г. При водене на проверката било констатирано, че в търговския обект не се поддържат количества от помещения в брошурата (стр. 2) продукт - 1+1 Бира специално Л. 1 л., Цена за 1 бр. 1,49лв., Цена за 2 броя** 1,49 лв. **Купи 2 бр. продукти Бира специално Л. на цената на 1 бр.“. На щанда с бира е било поставено табло с информиращо за обявената промоция: „Вземи две плати едно“ бира специално ”Л.“, 1 л., цена за 1 бр. 1,49 лв., цена за 2 бр. 1,49 лв. В долната част на таблото е изписана следната информация: „В периода от 27.06.19г. до 03.07.19г. може да закупите 2 бр. продукти на цената на 1 бр. Ако продуктите не са в промо пакет може да комбинирате различни вкусове. Комбинация между разфасовки и размери не е възможна. Всички оферти 1+1 са валидни до изчерпване на количествата“.

В периода на извършване на проверка (03.07.2019г. от 11.00 до 12.00 часа) длъжностните лица на КЗП РД П. са констатирани, че стоката, обект на сигнала - бира специално Л. от 1 литър не е била налична, респективно не се предлага за продажба. По пояснение на управителя на обекта (в присъствието на който е водена проверката) при отварянето на магазина на 03.07.2019г. бирата се е предлагала за продажба, но тъй като клиентите закупували в големи количества, същата се е изчерпила.

На състоялата се на 26.06.2019г. в КЗП РД П. документна проверка (ППД № К - 089608 от 26.06.2019г.) се е явил упълномощен представител на [фирма], който е предоставил покупни документи, удостоверяващи заредени количества от бира специално Л., 1 л. в периода 27.06.2019г. -03.07.2019г.: 1. стокова разписка № 20190186/25.06.2019г. - артикул 934187 бира специално Л., 1 л. зареден един стек от 6 бр. бутилки. 2. стокова разписка № 20190193/02.07.2019г. артикул 934187 бира специално Л., 1 л. заредени два стека от 6 бр. бутилки - 12 бутилки. Представена е и справка за продадени количества от артикул 934187 бира специално Л., 1 л. в обект Б. 303: на 27.06.2019г. са продадени 10 бр. бутилки бира Л.. На 02.07.2019г. от наличните 12 бр. са продадени 3 бр. бири; на 03.07.2019г. са били налични 9 бр. и са продадени 8 бр. бутилки, 1 бр. брой бутилка е продадена на 05.07.2019г. след изтичане периода на промоцията.

За извършената проверка е изготвен Докладна записка с № Ц-02-1202/28.08.2019г. от гл. директор на ГД „Контрол на пазара“. Проведено е заседание на КЗП, обективирано в Протокол № 18/29.08.2019г., като по т. 32 е прието, че при осъществяване на дейността си [фирма] уврежда икономическите интереси на потребителите, упражнява заблуждаваща търговска практика по смисъла на ЗЗП. Търговецът влияе на икономическото поведение на потребителя да вземе търговско решение и посети търговския обект и да закупи желаната от него стока „Бира специално Л. 1 л“, решение, което потребителя не би взел без упражнената нелоялна търговска практика. С това свое поведение [фирма] цели да стимулира продажбите на определени стоки и води или би могло да доведе в заблуда средния потребител.

Издадена е Заповед № 819/04.10.2019г. от Председателя на КЗП, с която се забранява на [фирма] с ЕИК:[ЕИК] да използва нелоялна търговска практика, а именно: При упражняване на своята търговска дейност [фирма] да отправя покана към потребителите „ВЗЕМИ ДВЕ, ПЛАТИ ЕДНО 1+1“ за определен период от време, като не се посочват разумни основания, поради които търговецът няма да може да достави или да осигури доставянето от друг търговец на стоките или на равностойни стоки на обявените цени за определен период от време и в разумно количество съобразно стоката, обема на направената реклама за стоката и предложената цена. Отправеното послание в рекламните брошури на В., валидни за определен период от време променя или е възможно да промени съществено икономическото поведение на средният потребител и има за резултат или е възможно да има за резултат вземането на търговско решение, което потребителя не би взел без използването на търговската

практика. По описания начин търговецът [фирма] уврежда икономическите интереси на потребителите и осъществява състава на нелоялна заблуждаваща търговска практика по смисъла на чл. 68ж, т. 5, във връзка с чл. 68г, ал. 4 от Закона за защита на потребителите.

За да достигне до този извод е прието, че при запознаване с рекламната брошура на Б. с период на валидност от 27.06.2019г. до 03.07.2019г., потребителят е стимулиран от отправеното послание: „ВЗЕМИ ДВЕ, ПЛАТИ ЕДНО 1+1“ и привлечен от обявената цена за „Бира специално L. 1 л Цена за 2 броя** 1,49 лв. **Купи 2 бр.“, поради което взема решение и посещава търговския обект в посочения промоционален период (от 27.06.2019г. до 03.07.2019г.), с цел да закупи продукта „Бира специално L. 1 л“, но там (в обета) установява, че продукта не е наличен. Това е констатирано и при извършената от длъжностните лица на РД П. при КЗП проверка. Упражнената от [фирма] търговска практика, изразяваща се в отправена (чрез рекламна брошура) покана цели да стимулира потребителите и влияе на неговото икономическо поведение, като насърчава продажбите на определена стока, води до заблуда средния потребител и вземането на търговски решение от средния потребител, което той не би взел без използването на тази търговска практика. По описания начин търговецът [фирма] влияе на икономическото поведение на потребителя да вземе търговско решение и посети търговския обект и да закупи желаната от него стока „Бира специално L. 1 л“, решение, което потребителя не би взел без упражнената нелоялна търговска практика. С това свое поведение [фирма] цели да стимулира продажбите на определени стоки и води или би могло да доведе в заблуда средния потребител. След преглед и анализ на образуваната по случая и водена административна преписка по ясен, категоричен и недвусмислен начин е установено, че при осъществяване на дейността си [фирма] уврежда икономическите интереси на потребителите, упражнява заблуждаваща търговска практика и осъществява състава на нелоялна търговска практика по смисъла на чл. 68ж, т. 5 от Закона за защита на потребителите, именно търговецът отправя покана за покупка на стоки (включително „Бира специално L. 1 л“), като не се посочват разумни основания, поради 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, във връзка с чл. 68г, ал. 4 от Закона за защита на потребителите. Следва да се посочи, че от представената от търговеца информация за налични количества на стоката, а именно, че „Бира специално L. 1 л“ е имало само в три от дните и то в минимални количества от един - два стека, които биха могли да се квалифицират като изключително недостатъчни, предвид вече споменатите мащаб (обекти) на направената рекламна кампания и размера на промоционалното обявеното намаление (предложената цена), което математически изчислено е в размер на 50% от стойността на стоката „Бира специално L. 1 л“.

При така установените факти, настоящия съдебен състав на АССГ, като извърши цялостна проверка за законосъобразността на оспорения индивидуален административен акт на всички основания по чл. 146 от АПК, по реда на чл. 168, ал. 1 от АПК, достигна до следните правни изводи:

Жалбата срещу процесната заповед е подадена в срока по чл. 149, ал.1 АПК, от легитимирано лице, адресат на заповедта за забрана да се използва заблуждаваща

нелоялна търговска практика, поради което е процесуално допустима и следва да бъде разгледана по същество.

Разгледана по същество жалбата е неоснователна.

Предмет на оспорване е Заповед № 819/04.10.2019г. на председателя на Комисия за защита на потребителите, с която на основание чл. 68л, ал.1, вр. чл. 68в, вр. чл. 68г, вр. чл.68ж, т.5 от ЗЗП, е забранено на дружеството при упражняване на своята дейност да използва нелоялна търговска практика.

Съгласно чл. 68л, ал. 1 от ЗЗП, когато комисията за защита на потребителите установи, че търговската практика е нелоялна, председателят на комисията издава заповед, с която забранява прилагането на търговската практика. В тази връзка настоящият състав установи, че оспорената заповед е издадена от компетентен орган в рамките на предоставените му със закон правомощия.

Заповед № 819/04.10.2019г. е издадена при спазване на установената от закона форма, като не са допуснати съществени нарушения на административно производствените правила. Посочен е издателят на заповедта, адресатът, описано е действието, което органа е възприел като заблуждаваща, нелоялна, търговска практика. Изложени са фактическите и правни основания за издаването ѝ. Мотиви се съдържат в самата заповед. При издаването ѝ са спазени специалните административно-производствени правила по ЗЗП. Производството е образувано по жалба на потребител, по повод на която е образувана нарочна проверка. За извършените действия по проверка са съставени съответните протоколи. Същите са връчени на представител на дружеството, стопанисващо търговския обект, в който е констатирано нарушението, като му е дадена възможност за вземане на становище. В този смисъл съдът намира, че при издаването на заповедта не са допуснати нарушения на административнопроизводствените правила, като релевантните по случая факти са установени правилно и не е допуснато нарушение, ограничаващо правото на участие на жалбоподателя в производството по издаване на оспорената заповед. В крайна сметка оспорената заповед съдържа фактите по подадената пред КЗП жалба, извършените проверки, решенето на КЗП, които са отразени и в оспорваната заповед. Въз основа на цялата административна преписка може да се проследи както хронологията на установяване на фактите, така и тяхното съдържание.

По отношение на приложението на материалния закон, настоящият съдебен състав съобрази следното:

Оспорената заповед е издадена на основание чл. 68л, ал.1 ЗЗП, според която, когато КЗП установи, че търговската практика е нелоялна, председателят на комисията издава заповед, с която забранява прилагането на търговската практика, тъй като съобразно чл. 68в се забраняват нелоялните търговски практики. Съгласно легалната дефиниция на понятието "търговска практика", дадена в § 13, т. 23 ДР от ЗЗП това е "всяко действие, бездействие, поведение, търговска инициатива или търговско съобщение, включително реклама и маркетинг, от страна на търговец към потребител, което е пряко свързано с насърчаването, продажбата или доставката на стока или предоставянето на услуга на потребителите". Легалната дефиниция на нелоялна търговска практика е дадена в разпоредбата на чл. 68г, ал. 1 от ЗЗП - "търговска практика, от страна на търговец към потребител 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". В разпоредбата на чл. 68г, ал. 4 е отразено, че нелоялни са и заблуждаващите и агресивните търговски практики по чл. 68д - 68к, а разпоредбата на чл. 68е, ал. 2, предл. 3 ЗЗП определя като заблуждаваща всяка търговска практика, при която чрез премълчаване, имайки предвид елементите по, ал. 1, търговецът не я предоставя своевременно, има за резултат или е възможно да има за резултат вземането на търговско решение от средния потребител, което той не би взел без използването на търговската практика.

Съгласно § 13, т. 25 от ДР на ЗЗП "Съществено изменение на икономическото поведение на потребителите" е използването на търговска практика, която намалява значително способността на потребителя да вземе информирано решение, което води до вземане на търговско решение, което потребителят не би взел без използването на тази търговска практика.

С тези текстове от вътрешното законодателство е транспонирана Директива 2005/29/ЕО на Европейския Парламент и на Съвета от 11.05.2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, 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 /§ 13а, т. 12 от ДР на ЗЗП/. Съгласно съображение 18 от Директивата "съобразно принципа на пропорционалност и с оглед ефективното прилагане на защитните мерки, съдържащи се в нея, настоящата директива приема като база за сравнение средния потребител, който е сравнително добре информиран и сравнително наблюдателен и предпазлив, като отчита обществените, културни и лингвистични фактори, както се тълкуват от Съда на Европейските общности, но също така съдържа разпоредби, които имат за цел да предотвратят злоупотребата с потребители, чиито качества ги правят особено уязвими към нелоялни търговски практики".

Преценката дали пазарното поведение на търговеца осъществява състава на нелоялна търговска практика следва да бъде извършвана за всеки отделен случай при съвкупна и обективна оценка на доказателствата.

Със Заповед № 819/04.10.2019г. на Председателя на КЗП случая е квалифициран като нелоялна търговска практика – нарушение по чл. 68ж, т. 5 във вр. с чл. 68г, ал. 4 от ЗЗП - Нелоялни търговски практики са и следните заблуждаващи търговски практики: покана за покупка на стоки или услуги на определена цена, като не се посочват разумни основания, 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.

За да бъде преценено в случая дали е налице нелоялна търговска практика /заблуждаваща по смисъла на чл. 68ж, т. 5 от ЗЗП/, е необходимо да се изследват следните пунктове: „добросъвестността и професионалната компетентност“ като степен 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 /§ 13, т. 28 от ДР на ЗЗП/, взето ли е търговско решение от потребителя 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 /§ 13, т. 31 от ДР на ЗЗП/ в резултат на отправена „покана за покупка“ - 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 /§ 13, т. 29 от ДР на ЗЗП/. Основният фактически състав на нелоялната търговска практика по чл. 68г, ал. 2 във връзка с ал. 1 от ЗЗП изисква кумулативното наличие на три елемента: да е налице търговска практика, свързана с предлагането на стоки и услуги /§ 13, т. 23 във връзка с т. 29 от ДР на ЗЗП/; тази търговска практика да противоречи на изискването за добросъвестност и професионална компетентност /§ 13, т. 28 от ДР на ЗЗП/ и прилаганата търговска практика да променя или да е в състояние да промени съществено икономическото поведение на средния потребител /§ 13, т. 31 във връзка с т. 25 от ДР на ЗЗП/.

Със специалната разпоредба на чл.68ж, т. 5 от ЗЗП се определят елементите от фактическия състав на заблуждаваща нелоялна търговска практика. За да се обуслови извод, че осъществената в случая фактическа обстановка следва да бъде квалифицирана като заблуждаваща нелоялна търговска практика и като такава да бъде забранена при реализиране на търговската дейност на лицето, което я прилага, по смисъла на чл. 68л, ал. 1 от ЗЗП, то е необходимо да се осъществят следните елементи: 1. да е отправена покана за покупка на стоки или услуги на определена цена /§ 13, т. 29 от ДР на ЗЗП/; като вид търговска практика по смисъла на § 13, т. 23 от ДР на ЗЗП/, 2. търговецът да не може да осигури стоката или услугата на определената цена, съобразно обема на направената реклама за стоката или услугата, в разумно количество за определен период от време /съотношение цена-количество-време/, 3. без да сочи разумни основания, поради които 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, т.е. в съответствие с отправеното търговско съобщение и търсенето на потребителите. В случая се установява, че [фирма] е отправило търговско съобщение, покана за покупка на стоки, включени в рекламна брошура за периода 27.06.2019г. – 03.07.2019г., на определена промоционална цена, които стоки с оглед събраните по делото доказателства се установи, че не са налични в проверявания обект на 03.07.2019г. или дори и да са били налични не съответстват на търсенето на потребителите, като търговецът не е посочил разумни основания, поради които не може да достави или осигури чрез друг търговец стоките или равностойни на тях на обявената цена. Нещо повече, от събраните по административната преписка доказателства, приобщени по реда

на чл. 171, ал. 1 от АПК, се установява, че количествата от промоционалната стока е изключително малко, преценени от административния орган като недостатъчни. В периода 27.06.2019г. - 03.07.2019г.: се установява, че са заредени количества както следва: бира специално Л., 1 л. зареден един стек от 6 бр. бутилки - стокова разписка № 20190186/25.06.2019г.; бира специално Л., 1 л. заредени два стека от 6 бр. бутилки - 12 бутилки - стокова разписка № 20190193/02.07.2019г.

Неоснователно е възражението, че за да не въвежда потребителите в заблуждение, търговецът предприел действия с вписването в брошурите на текст „Офертите са валидни до изчерпване на наличностите“. Така вписаният текст не попада в обхвата на понятието „разумни основания“, обезпечаващи невъзможността на търговеца да достави или осигури чрез друг търговец стоките, които предлага в периода на промоцията, или равностойни на включените в рекламната брошура стоки на обявената цена. Този текст не обезпечава и изискването стоките да бъдат предоставени в обема съобразно направената реклама, тъй като „до изчерпване на наличностите“ е понятие, въвеждащо неопределеност на броя стоки, които се предлагат от търговеца. По този начин потребителят е въведен в заблуждение, формирайки своето решение да закупи съответната промоционална стока, която може да не бъде налична в магазина поради изчерпване на количествата. От друга страна, същият този потребител може да бъде въведен в заблуждение, когато формира търговско решение за закупуването на стока, включена в рекламата, но в съответния магазин тази стока да не се предлага въобще в сочения за промоционален период. Няма как в съответствие с обхвата на отправената покана за закупуване на стока клиентите на [фирма], включително и чрез рекламни брошури на територията около магазина и в самия него, да не бъдат въведени в заблуждение, че тези стоки се рекламират и съответно продават от магазина – обект на проверката. В съответствие с легалната дефиниция, дадена от законодателя с § 13, т. 28 от ДР на ЗЗП, добросъвестността и професионалната компетентност, които се очаква да бъдат проявени от търговеца, се изразяват в неговите специални познания при удовлетворяване на търсенето чрез предлагането, умението да спазва почтените търговски практики и грижата, която полага по отношение на потребителите на стоки, предлагани от него. В случая се изисква за периода на промоцията търговецът да е определил изрично стоките, които ще предлага на определена цена, в какъв обем и в кои свои обекти, за да бъде наясно потребителят при вземане на своето търговско решение за тяхното закупуване дали те ще бъдат налични в магазина, в който ще осъществи покупката, както и дали ще бъдат продавани на цената, която е обявена в рекламата.

„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 /§ 13, т. 25 от ДР на З./ Търговецът е направил реклама на продукти – бира, безадресатно, чрез разпространяване на брошури в магазина от съответната

верига и около него, до които достъп са имали неограничен и неопределен кръг от лица. Широкото рекламиране на промоцията обуславя извод за постигането на информираност на клиентите на [фирма], съответно – за настъпването на неблагоприятни последици у тях, изразяващи се значително намалена способност при вземане на търговско решение в резултат на използваната търговска практика, което решение не биха обективирали, ако не е налице съответната търговска практика. Последната води до съществено изменение на икономическото поведение на потребителя, изразяващо се в преход от това да не закупи от конкретен магазин от конкретна верига стока на определената цена към това да закупи стоката от същия този магазин при условие, че цената на стоката е по-ниска от тази, на която е предоставяна извън промоционалния период. При това потребителят взема решение да посети търговския обект с цел закупуване на една или някои от обявените в рекламната брошура стоки с намаление на цената до -50 %. Липсата на тези стоки в обекта за периода на промоцията, както и на разумните основания, за които бяха изложени съображения по-горе, за невъзможността да бъде доставена чрез друг търговец или да бъде предоставена равностойна стока, обезпечават извод за въвеждането в заблуждение на потребителя. Неговото икономическо поведение е съществено променено в резултат на осъществената от [фирма] практика. Потребителят не само е възпрепятстван да закупи съответната/ите стока/и, но е изразходвал време, усилия и средства, за да реализира взетото въз основа на рекламната търговско решение. Ако [фирма] не е използвало нелоялна търговска практика, която въвежда в заблуждение потребителите, при отправяне на поканата за закупуване на стоки в периода от 27.06.2019г. – 03.07.2019г. на по-ниска цена, икономическото поведение на потребителя би останало непроменено и за него не биха настъпили неблагоприятни последици от взетото иначе решение, тъй като той не би го взел без използването на подобна търговска практика.

С оглед гореизложеното съдът приема, че описаните в оспорвания акт факти субсумират състава на заблуждаваща нелоялна търговска практика по чл.68г, ал.4 във връзка с чл.68ж, т. 5 от ЗЗП. С цел да бъде осъществена адекватна защита на потребителите от нелоялни търговски практики, както и предотвратяване на техните неблагоприятни последици, разпоредбата на чл.68в от същия закон забранява използването на такава. Когато Комисията установи, че търговската практика е нелоялна, Председателят на КЗП забранява с нарочна заповед прилагането ѝ /чл. 68л, ал. 1 от ЗЗП/. В случая при установена безпротиворечиво нелоялна търговска практика /заблуждаваща/, използвана при упражняване на своята търговска дейност от [фирма].

Актът съответства и на целта на закона, формулирана в чл.68б във връзка с чл. 1, ал. 2, т. 3 от ЗЗП – осигуряване на 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.

Предвид изложеното съдът намира, че оспорваната Заповед № 819/04.10.2019г. на Председателя на Комисията за защита на потребителите е законосъобразен административен акт и като такъв, не подлежи на отмяна, а

подадената срещу него жалба следва да бъде отхвърлена като неоснователна.

С оглед изхода на спора в полза на Комисията за защита на потребителите следва да бъде присъдено юрисконсултско възнаграждение в размер на 100 лева, определен по реда и условията на чл. 24 от Наредбата за заплащането на правната помощ.

Така мотивиран, Административен съд-София-град, II-ро отделение, 28-ми състав, на основание чл. 172, ал. 2 от АПК

РЕШИ

ОТХВЪРЛЯ жалба на [фирма], ЕИК[ЕИК], срещу Заповед № 819/04.10.2019г. на Председателя на Комисията за защита на потребителите /КЗП/, с която е забранено на жалбоподателят за използва нелоялни търговски практики при упражняването на своята търговска дейност, като неоснователна.

ОСЪЖДА [фирма], ЕИК[ЕИК], със седалище [населено място], [улица], представлявано от управител В. Д. – С. и прокурис С. Т., да заплати сумата от 100 лева на КЗП, представляваща юрисконсултско възнаграждение.

Решението подлежи на обжалване пред Върховния административен съд на Р. България в 14-дневен срок от съобщаването му на страните.

Препис от решението да се връчи на страните.

СЪДИЯ: