

РЕШЕНИЕ

№ 5452

гр. София, 22.08.2023 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 37 състав,
в публично заседание на 25.07.2023 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Адриан Янев

при участието на секретаря Кристина Алексиева, като разгледа дело номер **5431** по описа за **2023** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 – чл. 178 от Административнопроцесуалния кодекс (АПК), във връзка с чл. 68л, ал. 1 от Закона за защита на потребителите (ЗЗП).

Образувано е по жалба на „Максима България“ ЕООД срещу Заповед № 281 от 14.03.2023 г. на председателя на Комисията за защита на потребителите.

С жалбата се поддържа, че жалбоподателят не е отговорен за несъответствието между етикета на бутилката и етикета, поставен в магазина, тъй като това се дължи на действия на дружеството доставчик. Счита, че несъответствието се дължи от наименованието на артикула, посочен в издадената от доставчика фактура. Развиват се доводи, че е практически невъзможно и непрактично от страна на жалбоподателя да следи всяко изменение в характера и свойството на всеки артикул, продаван в търговските му обекти. Излага съображения, че средният потребител е сравнително добре информиран, наблюдателен и предпазлив, поради което не би останал с впечатление, че купува спиртна напитка „К.“ вместо бренди „К.“. Допълнително изтъква довод, че средният консуматор на такъв вид алкохолни напитки би имал предпочитания и е по – наблюдателен и информиран за свойството, характера, естеството на напитката, нейното съдържание, качество и суровина за производство. По изложените съображения моли да се отмени оспорваната заповед. Претендират се направените разноски по делото.

Ответната страна – председателят на Комисията за защита на потребителите, чрез процесуалния си представител, изразява становище за неоснователност на жалбата.

Претендират се разноси.

Административен съд София - град, след като обсъди релевираните с жалбата основания, прецени становищата на страните и събраните по делото доказателства, намира за установено следното от фактическа страна:

От преписката се установява, че на 28.02.2023 г. е извършена проверка от инспектори от РД – Б. към Комисия за защита на потребителите на търговски обект – магазин „Т - М.“, находящ се в [населено място],[жк], стопанисван от „Максима България“ ЕООД, за което е съставен Констативен протокол № К-2737235/28.02.2023 г.

От констативния протокол се установява, че в магазина е изложена за продажба спиртна напитка „К.“, която се предлага като бренди „К.“, 36 %, на цена от 8,68 лева за бутилка от 700 мл. и цена от 12,41 лева за бутилка от 1 л. Тази информация за вида на алкохолната напитка (бренди) и цената е поместена на търговския етикет, поставен на щанда, непосредствено пред бутилката.

От констативния протокол се установява още, че на гърба на бутилката има трайно прикрепен от производителя етикет със следната информация: „Спиртна напитка. Произведена от 60 % винен дестилат и 40 % зърнен етилов алкохол. Произведено и бутилирано от СИС И. ООД, С., България. Удостоверение № 69, 700 ml, 36ОБ%“.

Посоченото се подкрепя от снимковия материал, приложен към констативния протокол. От същия е видно, че на търговския етикет, поставен на щанда, е поместена информация за продукта като Бренди К., а на етикета на бутилката се съдържа информация, че продуктът представлява спиртна напитка, произведена от 60 % винен дестилат и 40 % зърнен етилов алкохол.

С констативния протокол е указано на търговеца да представи документ за произход на алкохолната напитка.

Във връзка с дадените указания на проверяващите, е представена от жалбоподателя фактура № [ЕГН]/21.02.2023 г., за което е съставен Констативен протокол № 0131426/02.03.2023 г. На ред № 18 от фактурата е дадено следното описание на процесния продукт: „Сп. нап. пр. Бренди К. 0,7 л“.

Изготвена е докладна записка изх. № Ц-02-408/07.03.2023 г. от главния директор на Главна дирекция „Контрол на пазара“, с което се уведомява КЗП за наличието на осъществена нелоялна търговска практика от страна „Максима България“ ЕООД.

От т. 34 към Протокол № 10/08.03.2023 г. се установява проведено заседание на КЗП, на което е взето единодушно решение, че „Максима България“ ЕООД при упражняване на своята дейност използва нелоялна заблуждаваща търговска практика, а именно: търговецът представя невярна и подвеждаща информация, като предлага за продажба спиртна напитка в магазин „Т - М.“, находящ се в [населено място],[жк], която рекламира като „Бренди К. 36%, 700 мл.“, чрез поставен етикет, със значителна разлика в характера, естеството и свойствата на напитката, нейното съдържание, качество и суровина за производство, което е нарушение на чл. 68д, ал. 1, предл. 1, вр. чл. 68г, ал. 4, вр. чл. 68в ЗЗП.

В протокола от заседанието на КЗП са изложени мотиви, че според техническото определение и изискване на категорията на продукта Бренди (Brendi Weindrand), дадено в т. 5в от Приложение II към Регламент (ЕО) 110/2008 г., не се добавя етилов алкохол от земеделски произход и/или дестилат от земеделски произход към спиртната напитка, разреден или не. Прието е, че на етикета на производителя, поставен на гърба на бутилката, се съдържа информация за наличието на 40 % зърнен етилов алкохол от съдържанието на напитката, поради което същата не представлява

бренди. Прието е още, че жалбоподателят предлага тази алкохолна напитка като „Бренди К.“, а в действителност предлага спиртна напитка, която не е бренди съгласно изискванията на Регламент (ЕО) 110/2008 г. По този начин има значителна разлика в характера, естеството, свойството и съдържанието на напитката между предлаганата (чрез етикета на щанда) за продажба напитка като „бренди“ и действителната предлагана „спиртна напитка“. Посочено е, че тази информация е съществена и подвеждаща за потребителя, тъй като оказва влияние върху решението за пазаруване в конкретния обект и за закупуване на конкретния продукт. По тези съображения е прието, че нелоялната заблуждаваща търговска практика се изразява в представянето на невярна информация относно предлаганата спиртна напитка „К.“, която се рекламира като бренди.

Последвало е издаването на оспорваната Заповед № 281 от 14.03.2023 г. на председателя на Комисията за защита на потребителите, с която на основание чл. 68л, ал. 1, вр. чл. 68в, вр. чл. 68г, ал. 4, вр. чл. 68д, ал. 1, предл. „първо“ от ЗЗП е забранено на „Максима България“ ЕООД при упражняване на своята дейност да прилага нелоялна заблуждаваща търговска практика, изразяваща се в това, че търговецът представя невярна и подвеждаща информация, като предлага за продажба спиртна напитка в магазин „Т - М.“, находящ се в [населено място],[жк], която рекламира като „Бренди К. 36%, 700 мл.“, чрез поставен етикет, със значителна разлика в характера, естеството и свойствата на напитката, нейното съдържание, качество и суровина за производство, което е нарушение на чл. 68д, ал. 1, предл. 1 (невярна и следователно е подвеждаща), вр. чл. 68г, ал. 4, вр. чл. 68в ЗЗП.

Административният орган е приел, че в магазин „Т - М.“, находящ се в [населено място],[жк], стопанисван от „Максима България“ ЕООД, се предлага за продажба спиртна напитка „К.“, като на етикета пред бутилката е посочено, че продуктът е „Бренди К.“, а на етикета на производителя, намиращ се на гърба на бутилката, е отразено, че се касае за спиртна напитка, произведена от 60 % винен дестилат и 40 % зърнен етилов алкохол. Органът е приел, че предлаганият продукт съдържа което не е бренди според техническото определение и изискване на категорията на продукта Бренди (Brendi Weindrand), дадено в т. 5в от Приложение II към Регламент (ЕО) 110/2008 г., тъй като съдържа зърнен етилов алкохол, а според изискванията на регламента не се добавя етилов алкохол от земеделски произход и/или дестилат от земеделски произход към спиртната напитка, разреден или не.

Органът е приел, че при етикетирането на продукта с търговски етикет, поставен на щанда, се заблуждава крайния потребител като се предлага за продажба „Бренди К.“, а в действителност не е бренди, а само спиртна напитка – „К.“. По този начин има значителна разлика в характера, естеството, свойството и съдържанието на напитката между предлаганата напитка и действително предлаганата напитка. Изложени са доводи, че потребителят се информира от етикета на стоката, който е поставен на видно място в близост до стоката и взема решение за покупка само от него. Според органа тази информация е съществена и подвеждаща за потребителя, тъй като оказва влияние върху решението за пазаруване в конкретния обект и за закупуване на конкретния продукт. По тези съображения е прието, че нелоялната заблуждаваща търговска практика се изразява в представянето на невярна информация относно предлаганата спиртна напитка „К.“, която се рекламира като бренди.

При така установените факти, Административен съд София-град достига до следните правни изводи:

Жалбата срещу заповедта е подадена в срок, срещу подлежащ на оспорване индивидуален административен акт, от активно легитимирано лице, адресат на акта, поради което е процесуално допустима.

Разгледана по същество, жалбата е неоснователна.

Според чл. 146, вр. чл. 168 АПК съдът следва да провери актът издаден ли е от компетентен орган и в предписаната от закона форма, спазени ли са материалноправните и процесуалноправните разпоредби и съобразен ли е актът с целта на закона.

Атакуваната заповед е издадена от компетентния орган по чл. 68л, ла. 1 ЗЗП, а именно председателят на Комисията за защита на потребителите. В тази връзка не е налице основанието по чл. 146, т. 1 АПК.

Актът е надлежно мотивиран от фактическа и правна страна, като отговаря по форма на общите правила по чл. 59, ал. 2 АПК. Налице са ясни мотиви и разпоредителна част, от които може да се направи извод какви са причините за постановената забрана за използване на нелоялна заблуждаваща търговска практика.

Заповедта е издадена при спазване на административнопроизводствени правила. Всички релевантните по случая факти са правилно установени, за което е извършена съответната проверка в магазина и по – конкретно двата етикета на продукта, а именно поставеният от търговеца етикет на щанда пред продукта и етикетът на производителя, който е трайно прикрепен към гърба на бутилката.

Заповедта е издадена при правилно приложение на материалния закон.

Съгласно чл. 68в ЗЗП забраняват се нелоялните търговски практики, а според чл. 68г, ал. 4 ЗЗП нелоялни са и заблуждаващите и агресивните търговски практики по чл. 68д-68к.

Според чл. 68д, ал. 1 ЗЗП търговска практика е заблуждаваща, когато съдържа невярна информация и следователно е подвеждаща или когато по някакъв начин, включително чрез цялостното ѝ представяне, заблуждава или е в състояние да въведе в заблуждение средния потребител, дори и ако представената информация е фактически точна относно някое от обстоятелствата, посочени в ал. 2, и има за резултат или е възможно да има за резултат вземането на търговско решение, което той не би взел без използването на търговската практика.

Фактическият състав на нарушението изисква кумулативно наличие на три обективни елемента: 1). да е налице търговска практика, свързана с предлагането на стоки и услуги; 2). тази търговска практика да съдържа невярна информация, която да е подвеждаща; 3). тази търговска практика да има за резултат или да е възможно да има за резултат вземането на търговско решение, което потребителят не би взел без използването на търговската практика.

Според § 13, т. 23 ДР на ЗЗП „търговска практика“ е всяко действие, бездействие, поведение, търговска инициатива или търговско съобщение, включително реклама и маркетинг, от страна на търговец към потребителя. В конкретния случай се установи, че търговецът е поставил етикет на щанда, намиращ се непосредствено пред продукта, с който се представя информация за вида и цената на алкохолната напитка. От една страна този етикет обозначава продажната цена, а от друга страна обозначава вида на алкохолната напитка – бренди. Това обозначаване е на видно място в непосредствена близост до стоката и е предназначено да информира потребителя. Поставянето на етикет за вида на алкохолната напитка представлява действие на търговеца, свързано с предлаганата от него стока, насочено към потребителя, поради което е налице

търговска практика по смисъла на § 13, т. 23 ДР на ЗЗП, т. е. налице е първият елемент от фактическия състав (търговска практика, свързана с предлагането на стока).

Етикетът на търговеца, поставен пред бутилката, съдържа информация, че напитката представлява „Бренди К.“. Същевременно на етикета на производителя, намиращ се на гърба на бутилката, е отразено, че продуктът представлява спиртна напитка, произведена от 60 % винен дестилат и 40 % зърнен етилов алкохол.

В чл. 4 от Регламент (ЕО) 110/2008 г. относно определението, описанието, представянето, етикетирането и защитата на географските указания на спиртните напитки и за отмяна на Регламент (ЕИО) № 1576/89 на Съвета, е регламентирано, че спиртните напитки се класифицират в категории съгласно определенията, установени в приложение II.

Чл. 5, пар. 1, т. 1, б. „б“ от Регламент (ЕО) 110/2008 г. урежда, че без да се засягат специфичните правила, установени за всяка от категориите с номера 1—14 в приложение II, определените в него спиртни напитки не съдържат добавен алкохол съгласно определението в приложение I, точка 5, разреден или не.

Според т. 5 от Приложение I към Регламент (ЕО) 110/2008 г. добавяне на алкохол означава добавяне на етилов алкохол от земеделски произход и/или дестилати от земеделски произход към спиртна напитка.

В т. 5, б. „а“ и „б“ от приложение II към Регламент (ЕО) 110/2008 г. е регламентирано, че бренди (В. или Weinbrand) е спиртна напитка: i). произведена от винена дестилатна спиртна напитка със или без добавяне на винен дестилат, дестилиран до 94,8 об. %, при условие че посоченият дестилат не надвишава 50 % от алкохолното съдържание на крайния продукт; ii). отлежала в дъбови съдове в продължение най-малко на една година или в продължение минимум на шест месеца в дъбови бъчви с вместимост, по-малка от 1 000 литра; iii). със съдържание на летливи вещества, равно или по-голямо от 125 g/hl при 100 об. % алкохол, и получена изключително от дестилацията или редестилацията на вложените суровини, с максимално съдържание на метанол 200 g/hl при 100 об. % алкохол. Минималното обемно алкохолно съдържание на brandy или Weinbrand е 36 %.

В т. 5, б. „в“ от приложение II към Регламент (ЕО) 110/2008 г. е регламентирано, че бренди (В. или Weinbrand) е спиртна напитка, към която не се добавя алкохол съгласно определението в приложение I, точка 5, разреден или не, т. е. не се добавя етилов алкохол от земеделски произход и/или дестилати от земеделски произход.

В настоящия случай от етикета на производителя се установява, че предлаганата от жалбоподателя напитка съдържа 40 % зърнен етилов алкохол, поради което същата не може да се квалифицира като бренди, тъй като не отговаря на изискването на т. 5, б. „в“ от приложение II към Регламент (ЕО) 110/2008 г. Същевременно на етикета, поставен от търговеца върху шанда пред бутилката, е обозначено, че напитката представлява бренди, което не съответства на действително предлаганата напитка. С този етикет на жалбоподателя се предоставя невярна и подвеждаща информация относно вида (категорията) на алкохолната напитка, поради което обозначеното предлагане и действителното предлагане е със значителна разлика в характера, естеството и свойствата на напитката, нейното съдържание, качество и суровина за производство.

Средният потребителят е разумен, внимателен и средно информиран гражданин, притежаващ критично отношение към информацията, която му се предоставя. Под среден потребител се има предвид средния потребител на алкохолни напитки, а не

както погрешно приема жалбоподателя, че се касае за средния консуматор на тази категория алкохолни напитки (в случая бренди). Видът (категорията) на алкохолната напитка е неизменно свързан с характера, естеството, свойството и съдържанието на напитката, които са водещи фактори при взимането на решение за покупка. В тази връзка видът на алкохолната напитка е съществена информация за предлаганата стока. Средният потребител се информира за вида на продукта от информацията на етикета на търговеца, която се намира на видно място и непосредствено до стоката. В тази връзка посредством етикетиранието на продукта (поставяне на етикет на щанда пред бутилката) потребителят „намира“ търсения от него продукт в по – големите магазини. От средния потребител не може да се очаква за всяка стока (особено такива с по – ниска стойност) да прави сравнение между етикета на търговеца и етикета на производителя. По тези съображения средният потребител взема решение за покупка, съобразявайки информацията от етикета на търговеца, намиращ се до стоката, т. е. представена чрез етикета информация за вида на алкохола оказва влияние върху решението за пазаруване в конкретния обект и за закупуване на конкретния продукт. Невярното представяне на информация за вида на алкохолната напитка е възможно да има за резултат вземането на търговско решение, което потребителят не би взел без използването на търговската практика т. е. същият не би закупил алкохолната напитка, ако е наясно, че не е бренди. В тази връзка не се споделят възраженията, че средният потребител не би останал с впечатление, че купува спиртна напитка „К.“ вместо бренди „К.“.

Тази търговска практика следва да променя или да е възможно да промени съществено икономическото поведение на средния потребител. Посочената търговска практика е довела намаляване способността на потребителя да направи информиран избор, което се е отразило в неговото търговско решение чрез покупка на стоката, която вреди за потребителя не би настъпила при липсата на обсъжданата търговска практика.

Горното налага извод, че е осъществен общият фактически състав на нелоялната заблужаваща търговска практика по чл. 68д, ал. 1, предл. първо ЗЗП, а такава практика според чл. 68в, вр. чл. 68г, ал. 4 ЗЗП е забранена.

Несъстоятелни са възраженията, че жалбоподателят не е отговорен за несъответствието между етикета на бутилката и етикета, поставен в магазина, основавайки се, че това се дължи на действия на дружеството доставчик. Жалбоподателят, стопанисващ търговския обект, има задължение да представя вярна информация на потребителите, поради което не може да се позовава на действия на доставчика. Следва да се отбележи, че отношенията между жалбоподателя и доставчика са външни за потребителя, т. е. начинът на изпълнение на задължения по тях нямат отношение за потребителите.

Жалбоподателят е търговец и като такъв от него се очаква да изпълнява стриктно задълженията си предоставяне на вярна информация за стоката, независимо от броя на предлаганите стоки и големината на магазина. В тази връзка не се споделят доводите, че практическо невъзможно и непрактично от страна на жалбоподателя да следи всяко изменение в характера и свойството на всеки артикул, продаван в търговските му обекти.

Оспореният акт съответства и на целта на закона, а именно да се осигури защита на икономическите права на потребителите при покупка на стоки, когато се използват нелоялни търговски практики – арг. чл. 1, ал. 2, т. 3 ЗЗП. В тази връзка чл. 68в ЗЗП

императивно забранява използването на нелоялната търговска практика, поради което оспорваната заповед има за цел нейното преустановяване. По този начин се ограничава противоправното поведение и неговите вредни последици, което се постига чрез забраната за използване на нелоялната заблужаваща търговска практика в бъдеще.

Горното налага извод за неоснователност на жалбата срещу оспорваната заповед, поради което на чл. 172, ал. 2, предл. последно от АПК следва да се отхвърли оспорването.

По разноските:

С оглед изхода на делото и на основание чл. 143, ал. 3 АПК ответната страна има право на разноски, които са 100 лева за юрисконсултско възнаграждение, което е минималният размер, съответстващ на чл. 24 от Наредбата за заплащане на правната помощ, вр. чл. 37 ЗПрП.

По изложените съображения, съдът

РЕШИ:

ОТХВЪРЛЯ жалбата на „Максима България“ ЕООД срещу Заповед № 281 от 14.03.2023 г. на председателя на Комисията за защита на потребителите.

ОСЪЖДА „Максима България“ ЕООД да заплати на Комисията за защита на потребителите сумата в размер на 100 лева, представляваща направени по делото разноски.

Решението подлежи на обжалване пред Върховен административен съд в 14 – дневен срок от съобщаването му на страните.

Съдия: