

# РЕШЕНИЕ

№ 5948

гр. София, 11.10.2023 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 58 състав,**  
в публично заседание на 14.09.2023 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Снежанка Кьосева**

при участието на секретаря Зорница Димитрова, като разгледа дело номер **5497** по описа за **2023** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.145 и следващи от Административнопроцесуалния кодекс /АПК/.

Образувано е по жалба на „Максима България“ ЕООД, със седалище и адрес на управление в [населено място], представлявано от управителя П. П. чрез юрк. М.И. срещу Заповед № 273/14.03.2023г. на председателя на Комисията за защита на потребителите /КЗП/.

С жалбата се твърди, че заповедта е неправилна и незаконосъобразна, и несъответна на целта на закона. Посочено е, че в случая отговорност следва да се търси на дистрибутора на съответната марка спиртни напитки, А. ООД, което дружество е и издател на търговския документ. Изразено е становище, че става дума или за фактическа грешка при издаване на документа от дистрибутора или за явно въвеждане в заблуждение на жалбоподателя от дистрибутора, тъй като информацията на трайно прикрепения на бутилката етикет от дистрибутора се различава от информацията на официалната интернет страница, в раздел „Ром и спиртни напитки“ – „С. М.“. Аргументира се и неправилно приложение на материалния закон. Според жалбоподателя в случая е приложим чл.165, ал.1 от Закона за виното и спиртните напитки /ЗВСН/, който се явява специален по отношение на Закона за защита на потребителите /ЗЗП/.

В съдебно заседание жалбоподателят не се представлява.

Ответникът с писмено становище, в съдебно заседание и с писмена защита чрез процесуален представител оспорва жалбата като неоснователна и недоказана.

Претендира присъждане на юрисконсултско възнаграждение.

Софийска градска прокуратура не участва в производството.

Съдът като взе предвид събраните по делото доказателства, прие за установено следното:

На 23.02.2023г. служители на РД Б. към КЗП извършили проверка в магазин „Т-М.“, находящ се в [населено място], [улица], стопанисван от „Максима България“ ЕООД, със седалище и адрес на управление в [населено място]. За резултатите от проверката е съставен Констативен протокол /КП/ № 2737233/23.02.2023г., в който е посочено, че проверката се извършва по повод кампания на КЗП.

По време на проверката в секцията за алкохолни напитки е установено, че е изложена за продажба спиртна напитка „Кептън М. Спайсд Г.“ пред която търговецът поставил етикет, съдържащ следната информация: „Ром С. М. Spiced 35 % 700 мл“, цена 28,49 лв./бр. и цена за литър 40,70 лв.. На лицевата част на бутилката производителят поставил трайно прикрепен етикет с надпис: „С. М. original Spiced G. Spirt Drink“. Установено е също, че на бутилката има поставен трайно прикрепен етикет от дистрибутора, който съдържа следната информация на български език: спиртна напитка Кептън М. Спайсд Г. алк.35% vol; страна на произход Италия, Произведено и бутилирано от „Д. Оперейшънс Италия С.П.А. Страда Статале 63, С. В. Д“А. за кептън М. Рум К.. Бутилката да се съхранява на сухо и хладно място. К. отговорно! Дистрибутор „Авенди“ ООД С. 1528, Д. 1, [улица], нетно количество 700 mlе.

Констативен протокол № 2737233/23.02.2023г. е връчен на управителя на проверявания магазин.

В преписката са приложени снимки на: бутилката, съдържаща процесната спиртна напитка, на поставения от търговеца етикет пред предложената за продажба спиртна напитка, на поставения от дистрибутора етикет върху бутилката и на етикета, поставен от производителя върху бутилката.

Представен е документ за произход, в който напитката е посочена като Кептън М. Слайсд без да е записано каква напитка се доставя - „спиртна напитка“ или „ром“. В сертификат за изпитване на напитката е посочено, че количеството алкохол в напитката С. М. Original Spiced G. Spirt Drink е 35,0 % vol.

Изготвена е докладна записка от гл. директор на гл.дирекция „Контрол на пазара“. На 08.03.2023г. е проведено заседание на КЗП. Съставен е Протокол № 10, в който е посочено, че по т.45 Комисията единодушно е приела решение, според което „Максима България“ ЕООД при упражняване на своята дейност прилага нелоялна заблуждаваща търговска практика.

Въз основа на решението на КЗП е издадена Заповед № 273/14.03.2023г. от председателя на КЗП, с която на основание чл.68л, ал.1 във вр. с чл.68в, чл.68г, ал.4 и чл.68д, ал.1, пр.1 от ЗЗП и чл.5, ал.1, т.1, чл.8, ал.1 и ал.2,т.9 от Устройствения правилник на КЗП е забранено на „Максима България“ ЕООД при упражняване на своята дейност да прилага нелоялна заблуждаваща търговска практика, а именно: търговецът да представя невярна информация, която следователно е и подвеждаща, като предлага за продажба „спиртна напитка“ в магазин „Т-М.“, находящ се в [населено място], [улица], която рекламира като „Ром Кептън М. Спайсд Г.“, със значителна разлика в характера, естеството и свойствата на напитката, нейното съдържание, качеството и суровината за производство между тези видове напитки, в нарушение на чл.68д, ал.1, пр.1 /невярна информация и следователно е подвеждаща/

във вр. с чл.68г, ал.4 във вр. с чл.68в от ЗЗП.

Заповедта е съобщена на дружеството жалбоподател на 27.03.2023г.. Жалбата е подадена на 10.04.2023г. /л.36/.

С фактура от 27.02.2023г. жалбоподателят доказва, че процесната стока му е доставена от „Авенди“ ООД. С жалбата е представена и снимка от сайта на официалния производител на „Капитан М.“.

## ПРАВНА СТРАНА

Жалбата е процесуално допустима. Подадена е в срок, срещу годен за оспорване административен акт и от надлежна страна, за която е налице правен интерес от търсената защита.

Разгледана по същество жалбата е неоснователна.

Оспорената заповед е издадена от компетентен орган по смисъла на чл. 68д, ал.1 от ЗЗП, а именно - председателя на КЗП, правомощията на който са уредени в чл.5, ал.1, т.1 и чл.8, ал.1 и ал.2, т.9 от Устройствения правилник на КЗП към министъра на икономиката и индустрията и на нейната администрация.

Заповедта е обективизирана в изискуемата писмена форма и съдържа посочване на фактически и правни основания за издаването ѝ.

Съдът не констатира при издаването на заповедта да са допуснати съществени нарушения на административнопроизводствените правила.

Не е налице нарушение на правото на защита на лицето да участва в производството.

Съставеният за проверката констативен протокол е връчен по надлежен начин на дружеството жалбоподател. Дружеството не е подало становище срещу констатациите.

Заповедта съдържа разпоредителна част и правни мотиви, които да аргументират наложената забрана и да обосноват правната квалификация. Налице е съответствие между обстоятелствената част и диспозитива на оспорената заповед, като разпореденото със заповедта изцяло съответства на изложените фактически обстоятелства.

Относно съответствието на оспорения акт с материалноправните разпоредби, съдът прие следното:

С оспорената заповед на жалбоподателя се забранява при упражняване на своята дейност да прилага нелоялна заблуждаваща търговска практика, по смисъла на чл.68д, ал.1, пр.1, във вр. с чл.68г, ал.4, във връзка с чл.68в от ЗЗП.

По делото е безспорно, че жалбоподателят е търговец по смисъла на §13, т.2 от ДР на ЗЗП, който сключва договори за продажба, по смисъла на §13, т.34 от ДР на ЗЗП. Според дефиницията, съдържаща се в §13, т.23 от ДР на ЗЗП, „търговска практика“ 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. Следователно законът не поставя като изискване, за да бъде определена дадена дейност като търговска практика, повторимост на действията. Предоставянето и сключването на договори несъмнено означава „търговска практика“ по смисъла на § 13, т.23 от ДР на ЗЗП.

Съгласно чл.68д, ал.1, пр.1 от ЗЗП търговска практика е заблуждаваща, когато съдържа невярна информация и следователно е подвеждаща и има за резултат или е

възможно да има за резултат вземането на търговско решение, което потребителят не би взел без използването на търговската практика. Член 68г, ал.4 от същия закон изрично предвижда, че нелоялни са и заблуждаващите и агресивните търговски практики по чл.68д - 68к, а чл.68в от ЗЗП забранява императивно използването на нелоялните търговски практики. Тези норми изискват практиката да има за резултат, или да съществува възможност за резултат вземането на търговско решение, което без тази практика не би било взето. От изложеното следва, че фактическият състав на заблуждаващата търговска практика, изисква първо да се установи съдържанието на предоставената информация и същата може ли да се квалифицира като невярна, второ - цялостното ѝ въздействие в състояние ли е да въведе в заблуждение средния потребител, и трето - в състояние ли е да го мотивира да вземе решение, което без това въздействие не би взел. Посочените елементи на фактическия състав следва да са налице кумулативно.

Средният потребител е този, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен.

Понятието „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./§ 13, т. 28 от ДР на ЗЗП/, "Търговско решение" 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 разпореди 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" – която 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 /§ 13, т. 29 от ДР на ЗЗП/.

Спиртна напитка е алкохолна напитка, която е предназначена за човешка консумация, има специфични органолептични качества, минимално обемно алкохолно съдържание от 15 процента /чл.120 от ЗВСН/. Данните, които се използват за описание на спиртните напитки са: характера, естеството и свойствата на напитката или продукта, тяхното съдържание, включително действителното алкохолно съдържание, цвета, произхода, качеството, сорта грозде или име на плода или суровината, реколтата, действителния обем на съда и други.

Съгласно Приложение II, т.1 от Регламент (ЕО) № 110/2008 на Европейския парламент и на съвета от 15 януари 2008 година относно определението, описанието, представянето, етикетирването и защитата на географските указания на спиртните напитки и за отмяна на Регламент (ЕИО) № 1576/89 на Съвета „Ром“ е спиртна напитка, произведена изключително чрез алкохолна ферментация и дестилация или на меласа или сироп, получени при производството на захарна тръстика, или на самия сок от захарна тръстика, и дестилирана до 96 об. %, така че дестилатът да притежава осезаемо специфичните за рома органолептични характеристики, или спиртна напитка, произведена изключително чрез алкохолна ферментация и дестилация на сок от захарна тръстика, притежаваща специфичните за рома ароматични характеристики, и със съдържание на летливи вещества, равно или по-голямо от 225 g/hl при 100 об. %

алкохол. Този вид дестилатна спиртна напитка може да бъде предлагана на пазара с обозначението „зеделски“ към търговското наименование „ром“, придружено от което и да е от географските указания на френските отвъдморски департаменти и автономната област М., регистрирани в приложение III. Минималното обемно алкохолно съдържание на рома е 37,5 %.

В случая се установява, че търговецът като е предложил за продажба чрез поставен пред бутилката етикет с надпис „Ром С. М. Spiced 35 % 700 мл“, цена 28,49 лв./бр. и цена за литър 40,70 лв.“ е предоставил невярна информация на потребителя, че продава „Ром“, а не „спиртна напитка“ след като съгласно сертификата за изпитване на напитката е посочено, че количеството алкохол в напитката С. М. Original Spiced G. Spirit Drink е 35,0 % vol, а минималното обемно алкохолно съдържание на рома е 37,5 %. Търговецът е разполагал със сертификата, в който е посочено алкохолно съдържание 35,0 %, което съдържание съгласно Регламент (ЕО) № 110/2008 определя напитката като „спиртна напитка“, а не като „Ром“. На поставения от дистрибутора етикет също е посочено, че се касае за спиртна напитка.

След като предоставената от търговеца информация за продукта може да се квалифицира като невярна, следва да се приеме, че е в състояние да въведе в заблуждение средният потребител и да го мотивира да вземе решение, което без това въздействие не би взел. Не е необходимо да е извършена търговска продажба на потребител.

Тъй като към датата на проверката посочената върху етикета пред спиртната напитка информация е невярна следва да се приеме, че първата част от фактическия състав на установеното нарушение е налице.

Необходимо е етикетът поставен върху бутилката от дистрибутора и етикетът поставен от търговеца пред бутилката да съдържат една и съща информация за обемното количество алкохол и за това дали се касае за „спиртна напитка“ или за определена категория спиртни напитки от установените в Приложение II на Регламент (ЕО) № 110/2008. Обратното въвежда в заблуждение средният потребител, който трябва да може да направи информирано съгласие за закупуване на стоката. Невярната информация от търговеца изпълнява и втората част от фактическия състав на нарушението, тъй като действително е в състояние да въведе в заблуждение средният потребител. С оглед на факта, че обемното количество алкохол е една от основните характеристики за разграничаване на спиртните напитки от категорията спиртни напитки „Ром“, то обозначаването на процесната напитка като „Ром“ вместо като „спиртна напитка“ със сигурност е в състояние да мотивира решението на средният потребител за закупуването ѝ.

Предвид това съдът приема, че с тези си действия търговецът „Максима България“ ЕООД е упражнил нелоялна заблуждаваща търговска практика, като е осъществил състава на нарушението по чл.68д, ал.1, пр.1 от ЗЗП във вр. чл.68г, ал.4 във вр. с чл.68в от ЗЗП.

Административният орган е издал оспорената заповед в съответствие с материалния закон. Налице са всички посочени по-горе елементи на фактическия състав на нарушението.

Целта на ЗЗП е да осигури 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. С оспорената заповед тази цел се осъществява. ПАМ освен преустановителен

има и превантивен характер. Превенцията се свежда до осуетяване на възможността търговецът да използва подобни нелоялни търговски практики в бъдеще. С оглед непосредствената цел за ограничаване на евентуално бъдещо противоправно поведение, ПАМ се прилага чрез забрана да се използва нелоялната заблуждаваща търговска практика. Това действие следва от същността на мярката и не е необходимо да се мотивира в заповедта. Доказателства, че нелоялната заблуждаваща търговска практика е преустановена към датата на издаване на оспорения акт не са представени, но дори да се приеме, че е преустановена ПАМ ще бъде само с превантивен характер. Преустановяването на деянието не може да се приеме като лишаващо наложената ПАМ от предмет, тъй като по този начин се пропуска превантивното действие на мярката. Трайна е съдебната практика, че честотата на проявлението на нелоялната практика и преустановяването ѝ към датата на издаване на заповедта са правноирелевантни.

Неоснователно е възражението, че в случая отговорност следва да се търси на дистрибутора на съответната марка спиртни напитки, А. ООД, което дружество е и издател на търговския документ. Информацията за количеството алкохол посочена върху изготвения от дистрибутора етикет съответства на информацията в сертификата за изпитване на напитката, с който сертификат търговецът е разполагал при изготвяне на етикета поставен пред бутилките. В случая е без значение информацията на официалната интернет страница на дистрибутора, тъй като търговецът следва да съобрази практиката си с отразеното в сертификата за изпитване, който следва напитката. Освен това търговецът е посочил върху етикета алкохолно съдържание 35,0 %, а не 37,5 %, което минимално алкохолно съдържание определя спиртната напитка като „Ром“.

В случая е неприложима разпоредбата на чл.165, ал.1 от ЗВСН, тъй като данните (индикациите), които се използват за описание, представяне, етикетиране и предлагане на напитките не въвеждат в заблуждение търговеца, който участва в търговското разпространяване на напитката. На търговеца е предоставена необходимата и вярна информация.

Предвид изложеното съдът прие, че не са налице основания за отмяна на оспорената заповед. Жалбата е неоснователна.

При този изход на спора искането на ответника за присъждане на разноски следва да бъде уважено за сумата в размер на 100,00 лева, представляваща възнаграждение за защита, осъществена от юриконсулт по административно дело.

Така мотивиран и на основание чл.172, ал.2 от АПК, СЪДЪТ

## Р Е Ш И:

ОТХВЪРЛЯ жалбата на “Максима България“ ЕООД, ЕИК[ЕИК], със седалище и адрес на управление [населено място], представявано от управителя П. П. срещу Заповед № 273/14.03.2023г. на председателя на

Комисията за защита на потребителите.

ОСЪЖДА “Максима България“ ЕООД, ЕИК[ЕИК], със седалище и адрес на управление [населено място] да заплати на Комисията за защита на потребителите сума в размер на 100,00 лева, разноски по делото.

Решението може да се обжалва с касационна жалба в 14-дневен срок от съобщаването му на страните пред Върховния административен съд на Република България.

СЪДИЯ: