

РЕШЕНИЕ

№ 40025

гр. София, 15.10.2026 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 68 състав, в
публично заседание на 07.10.2026 г. в следния състав:

СЪДИЯ: Вяра Русева

при участието на секретаря Елеонора М Стоянова, като разгледа дело номер **6256** по описа за **2026** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 – 178 от Административнопроцесуалния кодекс /АПК/.

Производството е образувано по жалба на „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД срещу Заповед № 93/12.02.2026 г. на вр.и.д. председател на Комисията за защита на потребителите /КЗП/, с която, на основание чл. 68л, ал. 1, във връзка с чл. 68д, ал. 2, т. 4, предложение 1 във връзка с чл. 68д, ал. 1, предложение първо във връзка с чл. 68г, ал. 4 от Закона за защита на потребителите /ЗЗП/, съгласно 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, и решение на КЗП по т. 1, съгласно Протокол № 3 от 23.01.2026 г., е забранено на жалбоподателя да прилага нелоялна заблуждаваща търговска практика по смисъла на чл. 68д, ал. 2, т. 4, предложение 1 (съдържа невярна информация и следователно е подвеждаща относно цената, с което заблуждава или е в състояние да въведе в заблуждение средния потребител), във връзка с чл. 68д, ал. 1, предложение 1 във връзка с чл. 68г, ал. 4 ЗЗП, а именно: да въвежда в заблуждение потребителите, като предоставя невярна и подвеждаща информация относно цената на продукт (включително комплект за подправки BRIO от 13 части), предлаган чрез рекламна брошура, като обявената цена е по-ниска и не съответства на маркираната на каса при покупка по-висока цена за същия артикул.

В жалбата се релевират доводи за незаконосъобразност на оспорения акт поради противоречие с материалноправните разпоредби и при неспазване на административнопроизводствените правила, като се посочва, че твърдяното нарушение не е извършено. Твърди се, че нито едно от правните основания, посочени в заповедта, не съдържа забрана, поради което е налице пълна

липса на правно основание за издаване на акта. Твърди се също липса на фактическо основание за издаване на заповедта, тъй като забраната е мотивирана единствено с факта на разминаване между обявената в брошурата цена и тази, на която продуктът е предлаган в магазина, без органът да отчете коригиращите действия във връзка с констатираното несъответствие. Изложени са и доводи за несъответствие на заповедта с целта на закона. Моли да се отмени оспорената заповед. Претендира се присъждане на направените по делото разноски, както и юрисконсултско възнаграждение.

Ответникът – председателят на КЗП не взема становище по жалбата.

СГП не взема становище по жалбата.

Административен съд София – град, след като обсъди доводите на страните и прецени по реда на чл. 235, ал. 2 ГПК във вр. чл. 144 АПК приетите по делото относими писмени доказателства, приема за установено от фактическа страна следното:

По повод жалба от 25.08.2025 г. от потребителя М. Д., съдържаща твърдения за прилагане на нелоялна търговска практика – маркиране на касата на по-висока цена на комплект за подправки BRIO от 13 части в сравнение с цените, обявени в рекламна брошура на „Кауфланд“ за артикула, касаеща цялата верига магазини „Кауфланд“, длъжностни лица на КЗП са извършили проверка по спазване изискванията на ЗЗПотр в магазин „Кауфланд“, находящ се в [населено място], [улица], стопанисван от „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД.

За установените при проверката факти и обстоятелства е съставен Констативен протокол № К-2767400/16.10.2025 г., който е връчен на управителя на обекта. Установено е, че към момента на проверката в обекта няма наличности от описания комплект за подправки – Brio Metallica със стойка 13 части, за който се твърди, че в брошурата на Кауфланд за периода от 25.08.2025 г. до 31.08.2025 г. се е предлагал на цена, обявена в брошурата от 4.49 лв., а в магазина се е продавал на цена от 17.99 лв.

С цел изясняване на фактическата обстановка по казуса и на основание чл. 192, т. 2 ЗЗПотр от дружеството са изискани определени документи: становище по депозираната в КЗП жалба; брой разпространени брошури за периода преди стартиране на промоцията - 25.08.2025 г.; осигурени налични количества за продажба на описания в жалбата комплект за подправки – BRIO 13 части, в магазините „Кауфланд“ в [населено място], извършени продажби за периода на промоцията.

Видно от представеното становище по жалбата, процесният артикул е бил част от седмичната брошура на „Кауфланд“, валидна за периода 25.08.2025 г. – 31.08.2025 г. за търговски обект „Кауфланд България ЕООД енд Ко“ КД, находящ се в [населено място], [улица]. Установено било, че действително цената е била неправилно обявена в размер 4.49 лв. поради допуснатата техническа грешка, в резултат на което незабавно е извършена корекция и цената е била своевременно актуализирана на уебсайта на Кауфланд (kaufland.bg) още в първия ден на кампанията – 25.08.2025 г. около 10:00 часа. Посочено е, че процесът по актуализация на сайта на „Кауфланд“ стартира автоматично, заедно с процеса по актуализация на приложението K-App. В допълнение, на заглавната страница на уебсайта на „Кауфланд“ (www.kaufland.bg) на 25.08.2025 г., около 09:24 ч. е била публикувана извинителна информационна бележка относно допуснатата грешка.

Представени са и данни за разпространените брошури, както следва: 522 130 бр., разпространени по пощенските кутии на домакинствата и 28 900 бр., оставени за свободно вземане в търговските обекти на „Кауфланд“ на територията на [населено място].

Представена е и справка за извършените продажби на комплект за подправки BRIO 13 части в магазините „Кауфланд“ в [населено място] – 340 бр.

С Протокол № 3 от проведено на 23.01.2026 г. редовно заседание Комисията единодушно е

решила, че търговецът „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД използва нелоялна заблуждаваща търговска практика по смисъла на чл. 68д, ал. 2, т. 4, предложение 1 във връзка с чл. 68д, ал. 1 ЗЗПотр, тъй като предоставената чрез рекламна брошура информация за цената на стоката – комплект за подправки „BRIO“ 13 части, е невярна и подвеждаща. При запознаване с рекламна брошура, издавана и разпространявана от търговеца, потребителят очаква, че ще получи продукта за 4.49 лв./бр., но в действителност получава продукта с по-висока цена от обявената от страна на търговеца, а именно на цена от 17,99 лв./бр.

Въз основа на взетото решение е издадена и процесната заповед № № 93/12.02.2026 г. на вр.и.д. председател на КЗП, с която забранява на „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД да прилага нелоялна заблуждаваща търговска практика по смисъла на чл. 68д, ал. 2, т. 4, предложение 1 (съдържа невярна информация и следователно е подвеждаща относно цената, с което заблуждава или е в състояние да въведе в заблуждение средния потребител), във връзка с чл. 68д, ал. 1, предложение 1 във връзка с чл. 68г, ал. 4 ЗЗП, а именно: да въвежда в заблуждение потребителите, като представя невярна и подвеждаща информация относно цената на продукт (включително комплект за подправки BRIO от 13 части), предлаган чрез рекламна брошура, като обявената цена е по-ниска и не съответства на маркираната на каса при покупка по-висока цена за същия артикул.

Заповедта е съобщена на упълномощен представител на жалбоподателя на 02.04.2026 г.

Жалбата е подадена на 16.04.2026 г.

Предвид така установеното от фактическа страна и при извършената проверка за законосъобразност на обжалвания административен акт по реда на чл. 168 АПК съдът намира следното:

Жалбата е подадена от надлежна страна и в преклузивния срок по чл. 149, ал. 1 от АПК, поради което е процесуално допустима. Оспореният административен акт е издаден от компетентен орган в кръга на предоставените му правомощия, съгласно чл. 68л ЗЗПотр, вр. с Решение № 639/11.11.2025 г. на Министерски съвет на Република България, както и в предписаната от закона форма, след вземане на решение на КЗП по Протокол № 3/23.01.2026 г. за установяване на заблуждаваща нелоялна търговска практика.

Обжалваната заповед съдържа изискуемите съгласно чл. 59, ал. 2 АПК реквизити – наименование на органа, наименование на акта, адресат, фактически и правни основания, разпоредителна част. В заповедта е точно описано какво представлява търговската практика. Жалбоподателят е свободен да провежда търговската си политика съобразно своите интереси, но при спазване законодателството на страната. След като е налице наложена забрана, жалбоподателят трябва да изключи всяко поведение, което я нарушава. В заповедта е точно описано какво представлява търговската практика.

Съдът не откри допуснати съществени процесуални нарушения, които да са самостоятелно основание за отмяна на оспорената заповед. Във връзка с извършената проверка КЗП е изисквала становище и необходими документи от жалбоподателя на основание чл. 192, т. 2 ЗЗПотр. „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД не е било лишено от възможността да организира и проведе в пълен обем своята защита в хода на адм. производство по издаване на оспорения акт, така и да депозира впоследствие жалба срещу заповедта, предмет на настоящото съдебно производство. Административният орган е изяснил релевантните за случая факти и обстоятелства, обсъдил е становището на проверяваното лице, изискал е допълнителни доказателства и е приел неговите обяснения, като е спазил и основния принцип на процеса относно събирането и проверката на доказателствата.

Уредбата на нелоялните търговски практики се съдържа в глава IV, раздел III от ЗЗПотр. Според чл. 68л, ал. 1 ЗЗПотр, когато КЗП установи, че търговската практика е нелоялна, председателят на комисията издава заповед, с която забранява прилагането на търговската практика. Чл. 68в ЗЗПотр съдържа общото правило - забраняват се нелоялните търговски практики. Нормата на чл. 68г, ал. 4 ЗЗПотр посочва, че нелоялни са и заблуждаващите и агресивните търговски практики по чл. 68д - 68к. Процесната заповед е издадена с правно основание чл. 68д, ал. 2, т. 4, предложение 1 във връзка с чл. 68д, ал. 1, предложение 1 във връзка с чл. 68г, ал. 4 ЗЗПотр, поради което неоснователни са оплакванията на жалбоподателя, че заповедта е издадена при пълна липса на правно основание.

С оглед посоченото правно основание и изложените в акта мотиви, следва да се прецени законосъобразността на оспорената заповед.

Страните не спорят, че „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД е търговец по смисъла на § 13, т. 2 от ДР на ЗЗПотр, който сключва договори за продажба по смисъла на § 13, т. 34 от ДР на ЗЗПотр. Съгласно § 13, т. 23 ДР на ЗЗПотр „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. С оглед защита на потребителите от нелоялни търговски практики и от техните вредни последици, разпоредбата на чл. 68в ЗЗПотр забранява императивно използването на такива. Видно от чл. 68г, ал. 4 ЗЗПотр, нелоялни са и заблуждаващите и агресивните търговски практики по чл. 68д – 68к ЗЗПотр. Следователно, законът не поставя като изискване за да бъде определена дадена търговска дейност като търговска практика, повтаряемост на действията. Търговските съобщения, предоставени на потребителите чрез рекламни брошури, несъмнено представляват „търговска практика“ по смисъла на § 13, т. 23 ДР на ЗЗПотр.

Съгласно приложимата в случая норма на чл. 68д, ал. 1 ЗЗПотр, 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. Определянето на една търговска практика като нелоялна и заблуждаваща в хипотезата на чл. 68д, ал. 1 ЗЗПотр предполага установяване на съзнателно поведение, проявено чрез действие или бездействие от търговеца, довело до предоставяне на невярна, заблуждаваща информация.

С оглед посоченото правно основание и изложените в акта мотиви следва да се прецени законосъобразността на оспорената заповед. Нормата на чл. 68д ал. 1 от ЗЗП съдържа две самостоятелни форми на осъществяване на заблуждаваща търговска практика - чрез невярна информация или чрез вярна информация, която е поднесена по начин, който заблуждава или е в състояние да заблуди средния потребител. В конкретният случай органът е конкретизирал посоченото правно основание – в първата хипотеза, тоест невярна информация и следователно подвеждаща. Подвеждащата информация е невярна. За да е налице заблуждаваща търговската практика чрез действия /относима към настоящата хипотеза/ трябва практиката да съдържа невярна, и следователно подвеждаща информация.

От изложеното следва, че фактическият състав на заблуждаващата търговска практика изисква първо да се установи съдържанието на предоставената информация и дали същата може да се квалифицира като невярна, второ – цялостното ѝ въздействие и 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 /виж Р 11954 от 27.09.2011г. по адм. д. № 4257/ 2011г на VII отд на ВАС/. Липсата на един от елементите на фактическия състав обуславя извод, че не е налице заблуждаваща търговска практика по посочената хипотеза. В случая, като обстоятелство – част от информацията относно стоката съгласно чл. 68д, ал. 2, т. 4 ЗЗПотр, е цената, обявена чрез рекламната брошура в размер на 4,49 лв./бр. и цената, на която продуктът реално се предлага за продажба – 17,99 лв./бр./

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 ДР на ЗЗПотр/. „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 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 ДР на ЗЗПотр/ в резултат на отправена „покана за покупка“ – т.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 ДР на ЗЗПотр/.

От представените по делото доказателства се установява, че в рекламната брошура на „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД за периода 25.08.2025 г. – 31.08.2025 г. се предлага комплект за подправки BRIO от 13 части с обявена цена 4,49 лв./бр. В случая, при запознаване с рекламната брошура, издавана и разпространявана от търговеца, потребителят очаква, че посещавайки търговския обект ще има възможност да закупи комплекта за подправки на цена от 4,49 лв./бр. Едва когато посети обекта и предостави артикула за маркиране на каса, за да го закупи, потребителят установява, че действителната цена на продукта е 17,99 лв./бр. Правилно органът е приел, че тези обстоятелства оказват влияние на икономическото поведение на потребителя. Това е така, тъй като потребителят губи средства и време да посети търговския обект и едва тогава установява, че предоставената информация в брошурата е невярна. Цената, особено когато се обявява като промоционална, е съществен фактор при избора на покупка, който влияе върху поведението на средния потребител, поради което търговецът следва да е много внимателен при обявяването ѝ.

Действително, търговецът е предоставил информация на интернет сайта си за техническа грешка в брошурата относно цената на BRIO Комплект за подправки Metallica със стойка, но е възможно голяма част от потребителите да не са се запознали с информацията от сайта. Освен това, на потребителя не е предоставена информация, че при допуснати грешки в брошурата търговецът ще предостави вярната информация на интернет сайта си. А вероятността потребителят да получи информация от промоционалните брошури е много по-голяма, тъй като брошурите се разпространяват както в търговския обект, така и извън него и достигат до голям брой потребители. Едва когато посети обекта и стоката се маркира на каса, потребителят вижда реално предлаганата цена от 17, 99 лв /бр.

Независимо дали е налице техническа грешка в брошурата, разпространявана в

търговските обекти или последствие е извършена корекция на цената, обявена на сайта, е налице невярна информация. Няма данни също, че след като търговецът е разбрал за невярната информация, е прекратил разпространяването на брошурите или да са иззети, тоест продължил е да разпространява брошурата в която е била налице невярна информация. За да е налице заблуждаваща търговска практика е достатъчно еднократна констатация по смисъла на цитираната разпоредба, а не повтарящо се, трайно поведение от страна на търговеца Р № 13281 ОТ 06.12.2024 Г. ПО АДМ. Д. № 12051/2023 Г., VII ОТД. НА ВАС

Практически, средният потребител би взел решението за сключване на сделка с търговеца именно след като е прочел брошурата, като за целта би посетил магазина, без преди това да прави допълнителна проверка в сайта на търговеца за нова или различна информация. Едва впоследствие, след посещение на търговския обект, потребителят би разбрал, че цената на комплекта за подправки е по-висока от обявената от страна на търговеца, а именно 17,99 лв./бр. Този начин на предоставяне на информацията относно цената на продуктите е такъв, който може да въведе в заблуждение средния потребител. Цената е една от основните характеристики на продукта, поради което всяка заблуда по отношение на нея или потенциална опасност за възникване на заблуда е съществена. В тази връзка, доводите относно липса на фактическо основание за издаване на заповедта поради неотчитане от страна на административния орган на коригиращите действия във връзка с констатираното несъответствие са неоснователни, тъй като независимо дали е налице техническа грешка или впоследствие е извършена промяна на цената на стоката от 4,49 лв./бр. на 17,99 лв./бр., е налице невярна информация. Верността на информацията е обективен факт – цената или е тази, която е обявена, или е различна от обявената.

От ангажираните доказателства вкл. и констативния протокол, констатациите в който не са оборени от жалбоподателя се установява, че информацията предоставена от Кауфланд България посредством рекламната брошура относно цената на комплект за подправки Brio е невярна, не е точна. Фактът, че на брошурата е посочена цена 4,49 лв, това е достатъчно за потребителя и не би следвало да се очаква, че той ще търси допълнителна информация на сайта, на интернет страницата на Кауфланд, за да провери дали в действителност цената е тази която е обявена на брошурата, разпространявана в търговския обект и извън него. Тоест, веднъж видял обявената посредством рекламната брошура информация, потребителят не предполага, че ще има и друга такава, касаеща цената на стоката. Друг е въпроса, че дори и да забележи информацията на сайта, у него ще настъпи объркване. ЗЗП вменява на търговеца задължение да предостави на потребителя, преди придобиването на стоката или ползването на услугата, подходяща информация, която да му позволи да направи своя избор. Разпоредбата на чл. 4 от ЗЗП детайлизира съдържанието на тази информация. Нормата на ал. 2 на

чл. 5 от ЗЗП поставя изискването информацията да бъде вярна, пълна, четлива, ясна и разбираема. Тълкуването на разпоредбите налага категоричен извод за безусловно задължение на търговеца всички предлагани от него стоки и услуги да носят определената в закона информация, която да позволи на потребителя да направи своя избор. Следователно, добросъвестното и компетентно осъществяване на търговската практика от страна на търговеца изисква от него да осигури и предостави на потребителя обема от информация, посочена в чл. 4 от ЗЗП. Така законодателят определя границата на задълженията на търговеца, следствие от която е неговата отговорност за изпълнението им.

Недопустимо е относно една и съща стока наличието на различна информация относно цената ѝ, която е една от основните характеристики на продукта и , която играе и голяма роля при взимането на решение за покупка, поради което всяка заблуда по отношение на нея или потенциална опасност за възникване на заблуда е съществена. Средният потребител е този, който е сравнително добре информиран и сравнително наблюдателен и предпазлив, като се отчитат обществените, културни и лингвистични фактори. Касае се за лице, което е достатъчно интелигентно и разполага с познания и опит да разбере значението на така поднесената информация. Не може да му се вменява в задължение при избора на стоки в търговския обект да изследва и съпоставя рекламната брошура и информацията на интернетсайта съдържащи различна информация за цената на стоката, като едва след тази преценка да вземе решение да закупи или не определената стока. Няма съмнение, че в случая е по достъпна за възприемане информацията посочена от търговеца върху разпространяваната рекламна брошура. Рекламните брошури несъмнено представляват средство за комуникация с потребителите, тоест търговско съобщение което се обхваща от разпоредбата на § 13 т.23 от ДР на ЗЗП даваща дефиниция на „търговска практика“. Жалбоподателят осъществява дейност на предлагане на стоки за продажба в магазин, което е търговска практика по смисъла на § 13, т. 23 от ЗЗП. Посредством рекламната брошура, която съдържа промоционална цена на продукта се предоставя информация /съобщение/ на потребителя по см на § 13 т.23 от ДР на ЗЗП пряко свързано с насърчаването, продажбата на стоката /търговска практика/.

Потребителят разглеждайки брошурата може да вземе решение да извърши покупка, възползвайки се от предложението и промоционалната цена. Не може да се очаква обаче, от информирания потребител след като е възприел информацията от брошурата да търси информация за друга цена, от друг източник. Конкретното действие, в резултат на което стоката е представена с невярна информация за цената е дело на жалбоподателя, в качеството му на търговец, което неговото поведение правилно е квалифицирано като нелоялна и заблуждаваща търговска практика. Предоставяйки невярна и подвеждаща информация относно цената на стоката /комплект подправки/, жалбоподателят действително е приложил нелоялна

търговска практика по смисъла на цитираните разпоредби. Касае се за практика, която заблуждава или е в състояние да въведе в заблуждение средния потребител. Именно тя е формирала или е възможно да е формирала поведението на потребителя да закупи стоката, т.е. да вземе търговско решение, което не би взел, ако имаше нужната вярна информация за това, че в действителност цената е 17, 99лв /по –висока от обявената в брошурата/. В процесният случай средният потребител е привлечен от цената в рекламната брошура без да знае, че не съответства на действителното фактическо положение. Цената не е коректно обявена чрез рекламната брошура. Това го подтиква да вземе решение да закупи продукт комплект за подправки Brio. Предоставената чрез рекламната брошура информация за цената на продукта е в състояние да въведе в заблуждение потребителя относно цената на стоката, съответно да го мотивира да вземе търговско решение да закупи стоката.

Налице е заблуждаваща търговска практика, тъй като подправките са представени и продавани от търговеца с различна цена от посочената в рекламната брошура. Налице е разминаване между цената на продукта и заявеното в рекламната брошура /несъмнено по изложените по-горе съображения, безспорно средство за комуникация/, с който търговецът го предлага. Както се посочи по-горе независимо дали е налице техническа грешка или последствие е извършена промяна отразена в сайта на цената на стоката е налице невярна информация, няма данни да е прекратено разпространяването на брошурите или да са иззети. Задължение на жалбоподателя като търговец е да представя вярна информация за продукта относно цената. Ако посочената върху рекламната брошура невярна цена се дължи на пропуски в организационната работа на търговеца, в т.ч. недостатъчно полагане внимание и усилия да изпълни посоченото задължение като отрази вярната, действително коректната цена, то проблемите във вътрешната организация и управление на работния процес, препятствали коректното посочване на цената на продукта, са неотнормими към установената забранена от закона търговска практика и не променят извода за наличие на такава. Верността на информацията е обективен факт – цената на продукта или е тази, която е обявена, или е различна от обявената. Налице е недобросъвестно действие в противоречие с изискването в т. 28 от § 13 от ДР на ЗЗП. В процесният случай средният потребител е привлечен от цената отразена в рекламната брошура без да знае, че същата не представлява такава, и се касае за по-висока цена.

Предвид изложеното, съдът намира, че административният орган е издал оспорената заповед в съответствие с материалния закон.

Заповедта се явява и съответна на целта на закона, формулирана в чл. 68б ЗЗПотр – 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.

Обстоятелството, че поведението на търговеца може да се е проявило еднократно, като от страна на „Кауфланд България ЕООД енд Ко“ КД незабавно са предприети коригиращи действия във връзка с констатираното несъответствие и реалните етикети са съдържали актуалната, коректна цена, е ирелевантно в случая. /В Р № 13281 ОТ 06.12.2024 Г. ПО АДМ. Д. № 12051/2023 Г., VII ОТД. НА ВАС / По аргумент от легалното определение за търговска практика за наличието на нелоялна търговска практика е достатъчно еднократна проява по смисъла на цитираната разпоредба, а не система или продължителна последователност от такива.

Наложената ПАМ има двояка функция – да преустанови извършването на конкретна нелоялна практика и да предотврати в бъдеще прилагането на същата практика. 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. В случая нелоялната заблуждаваща търговска практика е преустановена към датата на издаване на оспорения акт, поради което ПАМ е само с превантивен характер. Преустановяването на деянието не може да се приеме като лишавашо 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.

С оглед изложените по-горе мотиви, съдът приема, че са налице визираните в чл. 68д, ал. 2, т. 4, предложение 1 във връзка с чл. 68д, ал. 1, предложение 1 във връзка с чл. 68г, ал. 4 ЗЗПотр елементи от фактическия състав на заблуждаващата търговска практика като вид нелоялна търговска практика.

По изложените съображения жалбата се явява неоснователна и следва да бъде отхвърлена.

Относно разноските:

С оглед изхода на спора, на жалбоподателя не се дължат разноски. Ответникът не претендира юриск. възнаграждение.

Водим от горното и на основание чл. 172, ал. 2 АПК, съдът

Р Е Ш И:

ОТХВЪРЛЯ жалба на „Кауфланд България ЕООД енд КО“ КД срещу Заповед № 93/12.02.2026 г. на вр.и.д. Председател на Комисията за защита на потребителите..

Решението подлежи на оспорване пред ВАС на Република България в 14-дневен срок от съобщението до страните за постановяването му.

Препис от решението да се изпрати на страните.

Съдия: