

# РЕШЕНИЕ

№ 7905

гр. София, 18.12.2023 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, Второ отделение 68 състав,**  
в публично заседание на 13.12.2023 г. в следния състав:

**СЪДИЯ: Вяра Русева**

при участието на секретаря Елеонора М Стоянова, като разгледа дело номер **5867** по описа за **2023** година докладвано от съдията, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 145 и сл. АПК.

Образувано е по жалба на „Билла България ” ЕООД срещу ЗАПОВЕД № 471/27.04.2023г. на Председателя на Комисията за защита на потребителите /КЗП/ с която на основание чл. 68л, ал.1 във връзка с чл. 68в, във връзка с чл. 68г, ал.4 вр чл. 68д ал.1 предл 1 от Закона за защита на потребителите; чл. 5, ал.1, т. 1 и чл. 8, ал. 1 и ал. 2, т. 9 от Устройствения правилник на Комисията за защита на потребителите към министъра на икономиката и индустрията, и Решение на Комисията за защита на потребителите по т.18, съгласно Протокол № 14 от 7.04.2023г. е забранено на жалбоподателя да прилага нелоялна заблуждаваща търговска практика по см. на чл.68д ал.1 предложение първо /съдържа невярна информация и следователно е подвеждаща/ от ЗЗП, а именно: като предлага за продажба спиртна напитка „К.“ в магазин 533 „Б.“, находящ се в [населено място], която рекламира като „Бренди К. 36% 700 мл“, чрез поставен търговски етикет, със значителна разлика в характера, естеството и свойствата на напитката , нейното съдържание, качеството и суровината за производство между тези видове напитки.

В жалбата и становището се релевират доводи за незаконосъобразност на оспорения адм. акт поради противоречие с материалноправните разпоредби, твърдяното нарушение не било извършено. Жалбоподателят не бил извършвал рекламиране, обозначението на цените на продуктите се извършвало чрез ценови табели които не представлявали нито реклама, нито търговски етикет. Тяхната функция била единствено да обозначи цената на стоката. Нямамо как Б. да заблуждава

потребителите относно вида и характеристиките на спиртната напитка, след като източник на тази информация е търговския етикет върху бутилките. Във фактурата издадена от доставчика-продавач, въпросната напитка била обозначена като „спиртна напитка бренди К.“, поради което и нямало основание да се твърди, че Б. преднамерено поставила думата „бренди“ върху ценовата табела. Поддържа приложимост на чл. 28 от ЗАНН. Моли да се отмени оспорената заповед. Претендира разноски.

Ответникът – Председателят на КЗП в придружителното писмо-становище чрез процесуалния си представител оспорва жалбата като неоснователна. Претендира юриск. възнаграждение.

СГП не взема становище по жалбата.

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД С.-град, след като обсъди доводите на страните и прецени по реда на чл.235 ал.1 от ГПК във вр. чл. 144 от АПК, събраните и приети по делото относими писмени доказателства, приема за установено от фактическа и правна страна следното:

Във връзка с кампания на КЗП е извършена проверка в магазин 533 Б., находящ се в [населено място] от инспектори от КЗП, резултатите от която са обективирани в Констативен протокол № К- 2737041 от 2.03.2023г

След обстоен оглед на предлаганите стоки е констатирано, че в секцията за алкохолни напитки е изложена за продажба спиртна напитка „К.“. Пред бутилката имало поставен търговски етикет от който било видно, че спиртната напитка „К.“ се предлага като „Бренди К. 36 % 700 мл.“ На гърба на бутилката имало трайно прикрепен етикет от производителя на който имало следната информация: Спиртна напитка, произведена от 60% винен дестилат, 40 % зърнен етилов алкохол.

След запознаване с представените документи и констатациите от проверката и въз основа на събраните в административното производство доказателства КЗП приема, че поведението на жалбоподателя –изразяващо се в това, че предлага за продажба спиртна напитка „К.“ в магазин 533 „Б.“, находящ се в [населено място], която рекламира като „Бренди К. 36% 700 мл“, чрез поставен търговски етикет, със значителна разлика в характера, естеството и свойствата на напитката, нейното съдържание, качеството и суровината за производство между тези видове напитки представлява заблуждаваща нелоялна търговска практика по смисъла на чл. 68д, ал.1 предл първо ЗЗП. Фактическите обстоятелства и мотивите за този извод се съдържат в съставения протокол № 14/ 7.04.2023г. -т.18 (л.19 и сл.). На основание Решението на КЗП и чл.68л, ал.1 ЗЗП председателят на КЗП е издал оспорвания в настоящото производство административен акт.

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 от Закона за защита на потребителите, както и в предписаната от закона форма след вземане на решение на КЗП по Протокол № 14/7.04.2023 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 изискала становище и необходими документи от жалбоподателя на основание чл. 192, т. 2 ЗЗП. Б. България ЕООД не е била лишена 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 Закона за защита на потребителите /ЗЗП/. Според 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. Чл. 68в от ЗЗП съдържа общото правило - забраняват се нелоялните търговски практики. Нормата на чл. 68г, ал.4 от ЗЗП посочва, че нелоялни са и заблуждаващите и агресивните търговски практики по чл. 68д - 68к. Процесната заповед е издадена с правно основание чл.68в във вр.чл.68г, ал.4 и чл.68д, ал.1 предл. първо от ЗЗП.

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.

Фактическият състав на заблуждаващата търговска практика чрез действия изисква да се установи първо, съдържанието и верността на предоставената информация, 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. Елементите 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 ФС обуславя извод, че не е налице заблуждаваща търговска практика по посочената хипотеза.

Адм. орган застъпва тезата, че Б. посредством поставения пред бутилката етикет предлага за продажба „Бренди К. 36% 700 мл“, а в действителност предлага спиртна напитка „К.“, тоест спиртната напитка „К.“ се предлага като „Бренди К. 36 % 700 мл.“ Между предлагания за продажба и действително предлаганата и продавана спиртна напитка имало значителна разлика в характера, естеството и свойствата на напитката, нейното съдържание. Информацията на търговския етикет

пред бутилката не съответства на действителното фактическо положение, което удостоверява, тъй като на гърба на бутилката имало трайно прикрепен етикет от производителя на който се съдържала информация, че е спиртна напитка произведена от 60% винен дестилат, 40 % зърнен етилов алкохол.

От ангажираните доказателства вкл. и констативния протокол, констатациите в който не са оборени от жалбоподателя се установява, че информацията предоставена от „Билла България“ ЕООД посредством етикетите в търговския обект на рафтовете в близост до /пред/ стоките относно вида на напитката е невярна, не е точна. Фактът, че на етикетите поставени в близост до /пред/ стоките в търговския обект е посочен вид на напитката „Бренди К.“, това е достатъчно за потребителя и не би следвало да се очаква, че той ще търси допълнителен /друг/ етикет, в т.ч. на гърба на бутилката, за да провери дали в действителност се касае за бренди или спиртна напитка между които има значителна разлика в характера, естеството, свойствата и съдържанието. Тоест, веднъж видял обявената посредством етикета на търговския рафт информация, потребителят не предполага, че ще има и друга такава, касаеща характера, свойството и съдържанието на напитката. Друг е въпроса, че дори и да забележи информацията на гърба на бутилката, 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 за нейното съдържание, характер, естество и съдържание. 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 различни търговски етикети, съдържащи различна информация за характер и съдържание на стоката /напитката/, като едва след тази преценка да вземе решение да закупи или не определената стока. Търговецът не е посочил характера на напитката по начина по който го е определил производителя. Няма съмнение, че в случая е по достъпна за възприемане информацията посочена от търговеца върху етикетите на рафта. В тази връзка с оглед наведеното от жалбоподателя следва да се посочи, че т.нар. ценови табели /етикети на рафтовете в близост до стоките/ 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. Според чл. 20. ал.1 от ЗЗП търговецът е длъжен едновременно да обозначи продажната цена и цената за единица мярка на предлаганите в търговския обект стоки чрез етикети, ценоразписи, табели или по друг подходящ начин. Когато видът на стоката позволява поставянето на етикет, продажната цена може да се обозначи върху етикета. Тоест, цената е част от етикета, противно на доводите на жалбоподателя. Посредством етикета който съдържа законово определени реквизити, в т.ч. и 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/.

Характерът, естеството, свойствата и съдържанието на напитката е обект на двусмислено интерпретиране. Потребителят разглеждайки етикетите на рафтовете може да вземе решение да извърши покупка, възползвайки се от предложението за Бренди. Не може да се очаква обаче, от информирания потребител след като е възприел информацията, че му се предлага бренди от поканата за покупка и от етикета на рафта да търси информация за друг характер и естество на напитката, респ. да съпоставя информация обявена от производителя и от търговеца. Конкретното действие, в резултат на което стоката е представена с невярна информация за характера и естеството ѝ 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 характера, естеството, свойството и съдържанието на напитката, 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 се касае за спиртна напитка „К.“, а не „Бренди К. 36% 700 мл.“ В процесният случай средният потребител е привлечен от наименованието на предлагания артикул Бренди без да знае, че същият не представлява такъв. Същността на продукта не е коректно обявена чрез ценовата табела на продукта. Това го подтиква да вземе решение да закупи продукт Бренди, като реално не закупува такъв. Предоставената информация за характера на продукта е в състояние да въведе в заблуждение потребителя относно характера и съдържанието му, съответно да го мотивира да вземе търговско решение да закупи стоката.

Налице е заблуждаваща търговска практика, тъй като алкохолната напитка, описана в етикета на гърба на самия продукт, е представена и продавана от търговеца като различна напитка, от посочената на етикета на самия продукт. Налице е разминаване между действителната същност, състав и съдържание на продукта и заявеното в ценовата табела /несъмнено по изложените по-горе съображения, безспорно средство за комуникация/, с който търговецът го предлага. Ирелевантно е, че във фактурата издадена от доставчика-продавач, въпросната напитка била обозначена като „спиртна напитка бренди К.“, поради което и нямало основание да се твърди, че Б. преднамерено поставила думата „бренди“ върху ценовата табела. Тоест, жалбоподателят поддържа че бил възпроизвел дословно съдържанието от

посочената фактура от доставчика. Задължение на жалбоподателя като търговец е да представя вярна информация за продукта в съответствие с действителното му съдържание и характер. Това, че се е доверил на написаното във фактурата сочи на съмнение за наличие на пропуски в организационната му работа, в т.ч. недостатъчно полагане внимание и усилия да изпълни посоченото задължение като установи действителния вид на напитката. Проблемите обаче, във вътрешната организация и управление на работния процес, препятствали коректното посочване на вида 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 - видът на продукта или е този, който е обявен, или е различен от обявения. Видно от фактурата приложена на л. 23 /гръб/ от делото напитката е обозначена под № 42 „Сп.нап.Бр.К.“. Буди недоумение защо търговецът е дал приоритет на съкращението „Бр.“ което е доразвил в ценовия етикет като Бренди, а не на съкращението „Сп. нап.“, което означава спиртна напитка. Това навежда на извод за недобросъвестно действие в противоречие с изискването в т. 28 от § 13 от ДР на ЗЗП. В процесният случай средният потребител е привлечен от наименованието на предлагания артикул "Бренди" без да знае, че същият не представлява такъв, и се касае за спиртна напитка.

С оглед изложените по-горе мотиви на съда, че е налице е предоставяне на невярна информация от търговеца която има за резултат или е възможно да има за резултат търговско решение, което средният потребител не би взел без използването на търговска практика, съдът счита, че са налице всички елементи от правната норма на чл.68д ал.1 предл първо от ЗЗП.

Доводите относно наличието на предпоставките на чл. 28 ЗАНН са напълно неотнормими, тъй като оспорената пред съда заповед не е издадена в производство по ЗАНН, а в административно производство по налагане на принудителна административна мярка.

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. Предвид направеното от процесуалния представител на ответната страна искане за присъждане на разноски, на същата се дължат разноски за юрисконсултско възнаграждение в минимален размер от 100 лв., определен съгласно чл.143, ал.3 от АПК вр.с чл. 37, ал.1 от Закона за правната помощ и чл. 24 от Наредбата за заплащането на правната помощ.

Воден от горното, съдът

### **Р Е Ш И:**

ОТХВЪРЛЯ жалба на „Билла България” ЕООД срещу ЗАПОВЕД № 471/27.04.2023г. на Председателя на Комисията за защита на потребителите

/КЗП/.

ОСЪЖДА „Билла България ” ЕООД да заплати на Комисията за защита на потребителите сумата от 100 лева, представляваща юрисконсултско възнаграждение.

Решението подлежи на оспорване в 14-дневен срок от съобщаването му на страните пред Върховния Административен съд.

СЪДИЯ

: