

КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

ОТКРИТА ДИСКУСИЯ

ТЕМА:

Доверието към търговците. Мит или реалност.

НЕЛОЯЛНИ ТЪРГОВСКИ ПРАКТИКИ И НАМАЛЕНИЯ

Правомощия на КЗП

- А/ Заповеди за забрана, заповеди за излъчване на коригирана реклама или на акта, с който е установено нарушението – чл. 68л. ЗЗП
- Б/ Имуществени санкции – чл. 210а – чл. 210в ЗЗП, от 1000 до 50 000 лв.
- В/ Колективни иски за забрана на нелоялни търговски практики, огласяване на съдебното решение или на коригиращо изявление – чл. 186 и сл. ЗЗП. Активно легитимирани – сдружения на потребителите, утвърдени от министъра на икономиката, КЗП, квалифицирани организации от други държави-членки на ЕС. Сдруженията на потребителите имат право да претендират и обезщетение на вредите върху колективния интерес.

Права на засегнатите потребители (чл. 68м. ЗЗП)

А/ Право на разваляне на договора, сключен вследствие използвана НТП.

Б/ Право на обезщетение

- Условие – да има влязла в сила заповед на председателя на КЗП за забрана за прилагане на НТП.
- Влязлата в сила заповед има обвързваща сила за гражданския съд относно това, че ТП е нелоялна .
- КЗП публикува на интернет страницата си влезлите в сила заповеди и решения на Върховния административен съд. www.kzp.bg.

ПРОМЕНИ –28. май 2022г.

ОМНИБУС ДИРЕКТИВА (ЕС) 2019/2161

- **Нов състав на заблуждаваща ТП с цел борба с «двойните стандарти»**

За заблуждаваща ТП се счита

„Всяко предлагане на стока в една държава членка като идентична на стока, предлагана на пазара в други държави членки, когато тази стока има значителни разлики в състава или характеристиките, освен ако не е обосновано от законосъобразни и обективни фактори.“

- **При отправена покана за покупка посредством платформи**

За онлайн сделки за съществена информация се счита обстоятелството дали третата страна, различна от търговеца – притежател на платформата, с която потребителят сключва сделка е търговец или не.

Търсене чрез ключови думи

- В случаите, когато при онлайн търговия, на потребителите се дава възможност да търсят чрез ключови думи продукти на различни търговци, съществена информация представляват основните параметри, определящи класирането на продуктите.
 - Само за онлайн места за търговия или инструменти за сравнение
 - Не се прилага за онлайн търсачки
 - Не се прилага за организацията по подразбиране на онлайн интерфейс, който не е резултат от заявка за търсене на потребителя
 - *Забрана - Предоставяне на резултати от търсене в отговор на онлайн заявка за търсене от потребител без ясно оповестяване на платена реклама или плащане специално с цел постигане на по-предно класиране на продуктите сред резултатите от търсенето.*

Потребителски отзиви

- съществена информация представлява дали и по какъв начин търговецът гарантира, че публикуваните отзиви са от потребители, които действително са използвали или закупили продукта
 - За платформи и за търговци
 - Да се предприемат разумни и пропорционални мерки, за да се гарантира, че тези отзиви отразяват опита на реални потребители със съответния продукт
 - Отзиви се тълкува разширително и включва и например оценки
 - Обща информация за обработването на отзиви – всички ли отзиви, кога се трият и т.н.
 - Да не се публикуват фалшиви
 - Да не се стимулират потребителите да тестват в замяна на отзиви

Продължение нови състави:

- 23б. Посочване, че отзивите за даден продукт са представени от потребители, които действително са използвали или закупили продукта, без предприемане на разумни и пропорционални мерки за проверка, че те са направени от такива потребители.
- 23в. Представяне на фалшиви потребителски отзиви или препоръки или упълномощаване на друго юридическо или физическо лице да представи такива отзиви, или невярно представяне на потребителски отзиви или социални препоръки, с цел да се рекламират продукти.“

ПРОМЕНИ – 28 май 2022г.

- Специални средства за защита на потребителите, пострадали от НТП:

Държавите-членки трябва да създадат ефективни механизми за потребителите, пострадали от НТП, да получат обезщетение за вреди и когато е уместно – да получат намаляване на цената или да развалят договора.

- Административни санкции:

В случай на широко разпространени нарушения, или на нарушения със Съюзно измерение, на търговците се налагат санкции в максимален размер не по-малък от 4 % от годишния оборот, а ако информация за годишния оборот няма - не по-малко от 2 000 000 ЕВРО.

НАМАЛЕНИЯ

Понятие „намаление на цената“

- Рекламни заявления от страна на продавача, че е намалил цената, която начислява за стоката или услугата
 - Намаление на конкретна стока или услуга
 - Общо намаление на цените
 - Не се прилага за колебание в цените и промяна на цените, без да се заявява намаление или ценово предимство
 - Не се прилага при индивидуални намаления

ВАЖНО! Прилага се независимо дали има указано измеримо намаление на цената

Например „на разпродажба“, „специално предложение“, предложение за „Черен петък“ – всичко, което създава впечатление за намаление.

Обхват на приложение

- За конкретни търговци – продавачи на потребители
 - Не се прилага за посредници – платформи
-
- Начини на обозначаване – само по три възможни начина
 - 1.Поставяне на новата цена до предишната, която е зачертана, или
 - 2.Чрез думите „нова цена“ и „предишна цена“, последвани от сумите, или
 - 3.Чрез посочване на процент на намалението, като новата цена се поставя до предишната, която е зачертана
- ВАЖНО!**
- От 28 май 2022 правилата за намаление важат и за онлайн търговията.

Обозначаване на „предишната“ цена

- Предишна цена е най-ниската цена, прилагана от търговеца за период не по-кратък от 30 дни преди въвеждането на намалението на цената.
 - Това включва и всички предишни намалени цени
 - Няма пречка търговецът да посочи предишна цена и за по-дълъг период от 30
 - Няма проблем и ако обозначената като предишна цена е по-ниска от най-ниската цена.
 - Пример:

Обявена е намаление „20% отстъпка“ и най-ниската цена е била през последните 30 дни 50 лева. Като предишна цена, върху която се изчислява 20% намаление е цената от 50 лева, макар и последната продажна цена да е била 100 лева.

ВАЖНО! Не се изисква да се обозначава за колко дълъг период от време е прилагана обозначената „предишна“ цена.

Исключение от изискването за минимален 30-дневен период

- За храни – но всички други изисквания остават
- 7 дни за:
 - Бързо развалящи се стоки
 - Стоки с кратък срок на годност
 - Новопостъпили стоки

Продължителност на периода на намалението и начин на обявяване

- Не може за период по-дълъг от един месец
- Не може за период по-кратък от 1 работен ден
- Всяко съобщение за намаление да съдържа:
 - Стоките или групата от стоки, за които се отнася
 - Условиата на намалението
 - Сроктът, през който стоките или услугите се продават на намалени цени

Програми за лоялност и персонализирани намаления

- Правилата за намаленията не се прилагат по отношение на програмите за лоялност – отстъпки, ваучери, промо кодове
 - Отстъпка от цената на всички или гама от продуктите
 - За продължителен период – напр. 6 м., 1 год.
 - Позволяват натрупване на точки или кредити за бъдещи покупки
- Реални персонални намаления
 - При покупка се предоставя ваучер за 20% отстъпка от бъдеща покупка
 - По специални поводи – рожден ден, сватба или др.
- НО – ще бъде намаление напр.
 - С код „Уикенд“ – 20% отстъпка този уикенд,
 - днес отстъпка от 20% за всички лоялни членове