

**ИЗВЕСТИЕ НА КОМИСИЯТА**

**Насоки относно тълкуването и прилагането на член 6а от Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите**

(текст от значение за ЕИП)

(2021/С 526/02)

**СЪДЪРЖАНИЕ**

	<i>Стр.</i>
ВЪВЕДЕНИЕ .....	131
1. ПРИЛОЖНО ПОЛЕ НА ЧЛЕН 6А .....	132
1.1. Значение на израза „обявяване на намаляване на цената“ .....	132
1.2. Обхванати търговци .....	133
2. ОБОЗНАЧАВАНЕ НА „ПРЕДИШНАТА“ ЦЕНА .....	134
2.1. Общи правила .....	134
2.2. Обозначаване на „предишната цена“ в случай на обявяване на общо намаляване на цените	135
2.3. Програми за лоялност и персонализирани намаления на цените .....	136
3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДИРЕКТИВАТА ОТНОСНО НЕЛОЯЛНИТЕ ТЪРГОВСКИ ПРАКТИКИ .....	137
4. ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗБОР НА НОРМАТИВНА УРЕДБА .....	138
4.1. Бързоразвалящи се стоки .....	138
4.2. „Новопостъпили“ стоки .....	139
4.3. Прогресивни намаления на цените .....	139

## ВЪВЕДЕНИЕ

С Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета <sup>(1)</sup> („Директивата за обозначаването на цените“ — „ДЦ“) се цели да се даде възможност на потребителите лесно да оценяват и сравняват цените на продуктите въз основа на еднородна и прозрачна информация. По този начин потребителите могат да правят по-добър информиран избор <sup>(2)</sup>.

Съгласно ДЦ от търговците се изисква да обозначават по „недвусмислен, лесно разбираем и ясен и четлив“ начин продажната цена и цената за единица мярка (т.е. цената за килограм, литър или всяка друга единица за количество, която е широко и обичайно използвана в съответната държава членка). ДЦ бе изменена с Директива (ЕС) 2019/2161 на Европейския парламент и на Съвета <sup>(3)</sup>, като бяха добавени специални правила — член 6а — относно обявяването на намаления на цените. Директива (ЕС) 2019/2161 ще започне да се прилага в целия ЕС от 28 май 2022 г.

В новия член 6а от ДЦ се разглежда въпросът за прозрачността по отношение на намаленията на цените <sup>(4)</sup>, като се въвеждат специални правила, за да се гарантира, че те са реални. Целта на член 6а е да се попречи на търговците изкуствено да завишават референтната цена и/или да въвеждат потребителите в заблуждение относно размера на отстъпката. С него се повишава прозрачността и се гарантира, че потребителите действително плащат по-малко за стоките, когато е обявено намаление на цената. Новата разпоредба относно намаленията на цените също така дава възможност на право-прилагащите органи и на органите за надзор на пазара да контролират по-лесно справедливостта на намаленията на цените, тъй като определя ясни правила за референтната „предишна“ цена, на която трябва да се основава обявеното намаление.

Целта на настоящото известие е да се предоставят насоки за това как следва да се тълкуват и прилагат тези нови разпоредби относно обявяването на намаления на цените. За да се гарантира правна сигурност и да се улесни прилагането, в настоящото известие се подчертават въпроси, които са общи за всички държави членки, включително взаимодействието между ДЦ и други законодателни актове на ЕС.

В известието не се анализират прилагането на директивата в отделните държави членки, нито решенията на националните съдилища и други компетентни органи. Освен от различни източници на информация, които са на разположение в отделните държави членки, информация за националните разпоредби за транспонирането на ДЦ, за съдебната практика и за правната литература е налична и в базата данни за потребителското право, достъпна чрез европейския портал за електронно правосъдие <sup>(5)</sup>.

Когато не е посочено друго, членовете, упоменати в настоящото известие, са членовете на ДЦ, както са изменени впоследствие, последно с Директива (ЕС) 2019/2161. Когато цитати от текста на директивата са визуално открити, подчертаването е добавено от Комисията.

Настоящото известие е адресирано до държавите — членки на ЕС, и до Исландия, Лихтенщайн и Норвегия в качеството им на страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство <sup>(6)</sup> (ЕИП). Следователно позоваванията на ЕС, Съюза или единния пазар следва да се разбират като позовавания на ЕИП или пазара на ЕИП.

Настоящото известие е предназначено да служи единствено като ръководство — правна сила имат само текстовете на законодателните актове на Съюза. Всяко авторитетно тълкуване на закона трябва да бъде изведено от текста на директивата и директно от решенията на Съда на Европейския съюз (наричан по-нататък „Съдът на ЕС“ или „Съдът“). В настоящото известие са взети предвид решенията на Съда, публикувани до октомври 2021 г., и в него не може да бъде предопределено по-нататъшното развитие на съдебната практика на Съда.

Мненията, изразени в настоящото известие, не могат да предопределят позицията, която Европейската комисия би могла да заеме пред Съда. Информацията, съдържаща се в настоящото известие, е от общ характер и не се отнася конкретно до отделни лица или организации. Нито Европейската комисия, нито което и да е лице, действало от името на Европейската комисия, не носи отговорност за евентуалното използване на представената по-долу информация.

<sup>(1)</sup> Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 г. относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите („ДЦ“) (ОВ L 80, 18.3.1998 г., стр. 27).

<sup>(2)</sup> Вж. съображения 6 и 12 от ДЦ.

<sup>(3)</sup> Директива (ЕС) 2019/2161 на Европейския парламент и на Съвета от 27 ноември 2019 г. за изменение на Директива 93/13/ЕИО на Съвета и на директиви 98/6/ЕО, 2005/29/ЕО и 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета по отношение на по-доброто прилагане и модернизиранието на правилата за защита на потребителите в Съюза (ОВ L 328, 18.12.2019 г., стр. 7).

<sup>(4)</sup> През 2018 г. под координацията на Комисията националните органи за защита на потребителите извършиха годишна проверка на уебсайтовете за електронна търговия в целия ЕС („машабна проверка“) в рамките на мрежата за сътрудничество в областта на защитата на потребителите („СЗП“). При тази машабна проверка беше разглеждана прозрачността на цените, включително намаленията на цените. За над 31 % от проверените 431 уебсайта за електронна търговия, предлагащи отстъпки, органите за защита на потребителите предположиха, че специалните оферти не са реални, или констатираха, че начинът на изчисляване на намалената цена е неясен. Съобщение на Комисията за медиите от 19 февруари 2019 г.: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/IP\\_19\\_1333](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/IP_19_1333).

<sup>(5)</sup> [https://e-justice.europa.eu/591/BG/consumerLaw\\_database?init=true](https://e-justice.europa.eu/591/BG/consumerLaw_database?init=true)

<sup>(6)</sup> ОВ L 1, 3.1.1994 г., стр. 3.

Тъй като настоящото известие отразява съвременното технологично равнище към момента на съставянето му, предложените насоки могат да бъдат изменени на по-късен етап.

#### 1. ПРИЛОЖНО ПОЛЕ НА ЧЛЕН 6А

##### **Член 6а**

1. При всяко обявяване на намаляване на цената се обозначава предишната цена, прилагана от търговеца за определен период от време преди въвеждането на намалението на цената.
2. „Предишна цена“ означава най-ниската цена, прилагана от търговеца за период от време, не по-кратък от 30 дни преди въвеждането на намалението на цената.
3. Държавите членки могат да предвидят различни правила за стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност.
4. Когато продуктът е на пазара от по-малко от 30 дни, държавите членки могат също така да предвидят по-кратък период от време от периода, посочен в параграф 2.
5. Държавите членки могат да предвидят, че при прогресивно намаляване на цената предишната цена е цената без намалението ѝ преди първото въвеждане на намалението на цената.

##### 1.1. Значение на изреча „обявяване на намаляване на цената“

Член 6а се прилага за рекламни заявления от страна на продавача, че е намалил цената, която начислява за стоката(ите). Намаление на цената може да бъде обявено например:

- като процент (%), например „20 % отстъпка“, или като конкретна сума — „10 EUR отстъпка“;
- чрез посочване на нова (по-ниска) цена заедно с посочването на прилаганата преди това (по-висока) цена. Предишната цена може да бъде представена в зачеркнат вид. Например „50 EUR вместо 100 EUR“ или „50 EUR/~~100 EUR~~“;
- чрез всякаква друга рекламна техника, като например „Купете днес, без да плащате ДДС“, която подсказва на потребителя, че намалението на цената е равно на стойността на ДДС (което не означава, че не се събира ДДС);
- представяне на текущата цена като „начална“ или подобна цена и посочване на по-висока цена като предстояща редовна цена.

Член 6а се прилага за обявяване на намаления на цените, когато те се отнасят за конкретна(и) стока(и) в предложението на продавача и когато се правят чрез обявяване на общо намаление на цените (вж. раздели 2.2 и 3).

В член 6а не се разглеждат и **не се ограничават по никакъв начин колебания и намаления на цените**, които не са свързани с обявяване на намаляване на цените. Всъщност целта е в член 6а да се разгледа „обявяването“ на намаления на цените. Поради това той не обхваща дългосрочни споразумения, които позволяват на потребителите да се възползват системно от намалени цени и специфични индивидуални намаления на цените (вж. раздел 2.3 относно програми за лоялност и персонализирани намаления на цените).

Член 6а се прилага независимо от това дали обявяването на намаление на цената указва измеримо намаление на цената. Например обявления като цена „на разпродажба“, „специални предложения“ или предложения в кампания „Черен петък“, които **създават впечатление за намаляване на цената, също са предмет на член 6а** и трябва да бъде посочена „предишната цена“ на стоките, за които се отнася обявлението (вж. раздел 2.2 относно обявяването на общо намаление на цените).

За разлика от това член 6а не се прилага за **общии маркетингови твърдения, с които предложението на продавача се рекламира чрез сравняването му с предложенията на други продавачи, без да се споменава или да се създава впечатление за намаляване на цената**, като например „най-добри/най-ниски цени“. Такива изявления обаче продължават да бъдат предмет на Директивата за нелоялните търговски практики („ДНТП“) (вж. раздел 3 относно взаимодействието между ДОЦ и ДНТП).

Член 6а също така **не се прилага за други техники за рекламиране на ценови предимства**, които не са намаления на цените, като сравняване на цените и обвързани оферти (под условие). Други техники за рекламиране на ценови предимства от този род продължават да бъдат предмет на ДНТП (вж. раздел 3).

По отношение на понятието за цена член 6а обхваща „продажна цена“ в смисъла, определен в член 2, буква а) от ДОЦ <sup>(7)</sup>. В ДОЦ е предвидено също така изискване за посочване на „цената за единица мярка“, както е определена в член 2, буква б) <sup>(8)</sup>. За стоки, продавани в насипно състояние (например текстил, строителни материали, храни) <sup>(9)</sup>, когато продажната цена не може да бъде обозначена, докато потребителят не посочи желаното количество от стоката, „се обозначава само цената за единица мярка“ съгласно член 3, параграф 3 от ДОЦ. Член 6а се прилага и за обявяване на намаления на цените, когато във връзка с такива стоки обявяването на намаление на цената се отнася за цената за единица мярка <sup>(10)</sup>. В тези случаи член 6а се прилага за обозначаването на „предишната“ цена за единица мярка.

ДОЦ се прилага за „продукти“, **които в контекста на тази директива трябва да се тълкуват като „стоки“**. Понятието „стоки“ е определено в други разпоредби на потребителското право на ЕС <sup>(11)</sup> като движими вещи. Поради това ДОЦ, включително член 6а от нея, не се прилага за услуги <sup>(12)</sup> (в т.ч. цифрови услуги) или за цифрово съдържание.

Член 6а от ДОЦ се прилага за обявяването на намаления на цените **във всички канали за дистрибуция** (например физически магазини, онлайн магазини).

## 1.2. Обхванати търговци

ДОЦ се прилага за търговеца, определен в член 2, буква г) като „всяко физическо или юридическо лице, което продава или предлага за продажба стоки, които попадат в обхвата на неговата търговска или професионална дейност“. Следователно новият член 6а **се прилага за търговеца, който е действителната страна по договора с потребителя**, т.е. за продавача на стоките, в т.ч. продавачите, използващи посредници, по-специално онлайн пазари.

За разлика от това, член 6а **не се прилага за посредниците**, които предоставят на търговците само средствата да продават своите продукти <sup>(13)</sup>, като например онлайн пазари, или които просто обобщават и излагат информацията относно цените, предоставяна от други търговци (платформи за сравняване на цените). Тези посредници продължават да подлежат на общите правила относно отговорността на посредниците и дължимата професионална грижа. Посредникът обаче подлежи на правилата на ДОЦ, когато той е действителният продавач на стоките или когато продава от името и за сметка на друг търговец.

По същата причина член 6а не се прилага за обявления за „връщане на парични средства“, чрез които трети страни, които не са продавачи на стоките, като например производители/дистрибутори, обещава на потребителите, закупили въпросната стока или стоки, да възстановят част от платената цена по индивидуално искане на съответния потребител и през определен период. Такива практики за „връщане на парични средства“ продължават да бъдат предмет на ДНТП и не трябва да бъдат използвани за заобикаляне на изискванията на ДОЦ относно обявяване на намаления на цените.

<sup>(7)</sup> „продажна цена е крайната цена за бройка или за определено количество стока или за услуга, включваща в себе си всички дължими данъци и такси“, член 2, буква а) от ДОЦ.

<sup>(8)</sup> „цена за единица мярка означава крайната цена, включваща данък върху добавената стойност и всички допълнителни данъци, за един килограм, един литър, един метър, един квадратен метър или един кубически метър от стоката или друга единица за количество, която е широко и обичайно използвана в тази държава членка при предлагането на пазара на специфични продукти;“, член 2, буква б) от ДОЦ.

<sup>(9)</sup> „стоки, продавани в насипно състояние, са стоките, които не са предварително опаковани и се претеглят в присъствието на потребителя“, член 2, буква в) от ДОЦ.

<sup>(10)</sup> Вж. съображение 7 от ДОЦ.

<sup>(11)</sup> Съгласно Директивата за правата на потребителите („ДПП“) (Директива 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 г. относно правата на потребителите, за изменение на Директива 93/13/ЕИО на Съвета и Директива 1999/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и за отмяна на Директива 85/577/ЕИО на Съвета и Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 304, 22.11.2011 г., стр. 64), изменена с Директива (ЕС) 2019/2161, понятието „стоки“ се определя като „а) всички движими материални вещи; вода, газ и електрическа енергия се считат за стоки по смисъла на тази директива, когато се предлагат за продажба, опаковани в ограничен обем или в определено количество; б) всички движими материални вещи, които включват или са взаимосвързани с цифрово съдържание или цифрова услуга по такъв начин, че липсата на цифровото съдържание или цифровата услуга би попречила на стоките да изпълняват своите функции („стоки с цифрови елементи“)“.

<sup>(12)</sup> Вж. Съобщение от Комисията до Съвета и Европейския парламент относно прилагането на Директива 1998/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 г. относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите (СОМ(2006) 325 final, стр. 4).

<sup>(13)</sup> Съгласно Директива 2011/83/ЕС за правата на потребителите потребителите трябва винаги да бъдат информирани за самоличността на действителния търговец (за допълнителна информация вж. Ръководството относно ДПП).

Член 6а се прилага също така за **търговци със седалище извън ЕС, които ориентират своите продажби към потребители в ЕС**, включително за търговци, които предлагат стоки чрез платформи. Приложимостта на ДОЦ по отношение на търговци извън ЕС е уредена с Регламент (ЕО) № 864/2007 на Европейския парламент и на Съвета <sup>(14)</sup> относно приложимото право към извъндоговорни задължения (Рим II). Този регламент се прилага „за извъндоговорни задължения по граждански и търговски въпроси, във всеки случай на стълкновение на закони“.

**Член 6, параграф 1 от Регламент „Рим II“:**

*Правото, приложимо към извъндоговорни задължения, произтичащи от действие на нелоялна конкуренция, е правото на държавата, в която са засегнати или е вероятно да се засегнат конкурентни отношения или колективните интереси на потребители.*

**Член 6, параграф 4 от Регламент „Рим II“:**

*Правото, приложимо според настоящия член, не може да бъде отклонено чрез споразумение по член 14.*

Когато условията на член 6, параграф 1 от Регламент „Рим II“ са изпълнени, ДОЦ ще се прилага в случаи на нарушения, които увреждат колективните интереси на потребителите в ЕС. Съгласно член 6, параграф 4 от Регламент „Рим II“ приложимото право не може да бъде отклонено чрез споразумение за избор на право.

За прилагането на тези правила ще отговарят националните органи. Когато е необходимо, те ще бъдат в състояние да използват своите правомощия за разследване и прилагане на законодателството съгласно Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета <sup>(15)</sup> относно сътрудничеството в областта на защитата на потребителите.

## 2. ОБОЗНАЧАВАНЕ НА „ПРЕДИШНАТА“ ЦЕНА

### 2.1. Общи правила

В параграф 1 от член 6а се изисква търговецът, който обявява намаляване на цената, да посочва „предишната“ цена. В параграф 2 от член 6а понятието „предишна“ цена е определено като най-ниската цена, прилагана от търговеца за период от време, не по-кратък от 30 дни преди въвеждането на намалението на цената.

В параграфи 3—5 от член 6а на държавите членки са предоставени възможности за избор на нормативна уредба за дерогация от това общо правило в случай съответно на стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност, стоки, които са на пазара от по-малко от 30 дни, и стоки, чиято цена прогресивно се намалява (вж. раздел 4).

С изключение на стоките, обхванати от възможностите за избор на нормативна уредба, посочени в член 6а, параграфи 3—5, **държавите членки не могат да предвидят период, по-кратък от 30 дни**, за определяне на „предишната“ цена. Целта на този референтен период от най-малко 30 дни е да се попречи на търговците да жонглират с цените и да представят фалшиви намаления на цените, например чрез увеличаване на цената за кратък период с цел намаляването ѝ впоследствие чрез представяне на (значително) намаление на цената, което въвежда потребителите в заблуждение. Ето защо 30-дневният период за определяне на референтната „предишна“ цена гарантира, че тази референтна цена е действителна, а не просто маркетингов инструмент, чрез който намалението да изглежда привлекателно.

Текстът на параграф 2 от член 6а **не възпрепятства търговците** да обозначат като „предишна“ цена най-ниската цена, прилагана през период, дори по-дълъг от 30 дни (например като част от маркетинговата стратегия). Няма да противоречи на изискванията на член 6а, ако обозначената предишна цена всъщност е по-ниска от най-ниската цена през 30-те дни, непосредствено предхождащи обявяването на намаление на цените.

За разлика от това, ще трябва да се оцени съответствието с правото на ЕС на национална нормативна уредба, която **изисква период, по-продължителен от 30 дни**, за определяне на „предишната“ цена. Съгласно член 10 от ДОЦ всички национални правила, надхвърлящи изискванията на посочената директива, трябва да бъдат по-благоприятни по отношение на информацията, предоставяна на потребителите, и сравняването на цените, без да се засягат задълженията на държавите членки по силата на ДФЕС <sup>(16)</sup>.

<sup>(14)</sup> Регламент (ЕО) № 864/2007 на Европейския парламент и на Съвета от 11 юли 2007 г. относно приложимото право към извъндоговорни задължения (Рим II) (ОВ L 199, 31.7.2007 г., стр. 40).

<sup>(15)</sup> Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2017 г. относно сътрудничеството между националните органи, отговорни за прилагането на законодателството за защита на потребителите и за отмяна на Регламент (ЕО) № 2006/2004 (ОВ L 345, 27.12.2017 г., стр. 1).

<sup>(16)</sup> Вж. по-специално членове 34 и 36 от Договора за функционирането на Европейския съюз.

За да се съобрази с член 6а, търговецът, който обявява намалението на цената, трябва да посочи най-ниската цена, която е начислявал за съответната стока или стоки през последните 30 дни преди въвеждането на намалението на цената. Тази **най-ниска цена включва всяка предишна „намалена“ цена през посочения период**. Неотчитането на цените, прилагани по време на предходни промоционални периоди, обхванати от 30-те дни преди обявяването на намалението на цената, ще противоречи на разпоредбата на член 6а от ДОЦ.

Същото правило се прилага, когато търговец първоначално представя намалението на цената, като **се позовава на предстояща увеличена цена**, след това прилага увеличената цена за по-малко от 30 дни и тогава обявява намаление на цената. Независимо от начина, по който е било рекламирано намалението на цената, предишната цена, използвана за последващо намаление на цената, все пак трябва да бъде най-ниската цена през последните 30 дни, т.е. в този случай изходната начална цена (вж. също раздел 4.2. относно „новопостъпили“ стоки).

В съответствие с това **намалението на цената трябва да бъде представено, като за сравнение се използва обозначената „предишна“ цена**, т.е. всяко обозначено **процентно намаление трябва да се основава на „предишната“ цена, установена съгласно член 6а:**

— например когато обявяването на намаление на цената е „50 % отстъпка“ и най-ниската цена през предходните 30 дни е 100 EUR, продавачът ще трябва да представи като „предишната“ цена, върху която е изчислено 50 % намаление, цената от 100 EUR, въпреки факта, че последната продажна цена на стоката е била 160 EUR.

В същото време член 6а не възпрепятства продавача да **обозначава други референтни цени**, когато обявява намалението на цената, при условие че такива допълнителни референтни цени са ясно обяснени, че не създават объркване и не отклоняват вниманието на потребителя от обозначението на „предишната“ цена в съответствие с член 6а.

— Така например, търговец, който прилага намаления на цените по-често от веднъж на всеки 30 дни, би могъл да информира допълнително потребителя относно други свои предишни цени по следния начин: „20 % отстъпка от [начална дата] до [крайна дата]: 80 EUR вместо 100 EUR, нашата най-ниска цена през последните 30 дни. Нашата редовна цена, извън промоционалните периоди, през последните 30 дни (или 100 дни и т.н.) е била 120 EUR“.

Като цяло начинът на представяне и изчисляване на всяка такава друга референтна цена е предмет на ДНТП. В това отношение търговците трябва винаги да гарантират, че на потребителя е ясно какво представляват другите обозначени референтни цени.

В член 6а от ДОЦ не е предвидено изискване търговците да посочват за **колко дълъг период от време са прилагали обозначената „предишна“ цена**. Освен това разпоредбата не засяга **продължителността на кампаниите за намаление на цените**. В член 6а е предвидено само изискване търговците да посочват „предишната“ цена в началото на всяко намаление на цените и те могат да я запазят през целия период на намаление на цените. Търговците могат да обявяват намаляване на цените на стоките за по-дълъг период от време, включително за повече от 30 дни. Също така, когато намалението на цените продължава повече от 30 дни без прекъсване, „предишната цена“, която трябва да се посочи, остава най-ниската цена, прилагана в периода най-малко 30 дни преди намалението на цените.

Доколко са справедливи **прекомерно дългите периоди на намаление на цените** спрямо момента, в който стоката се продава на „пълната“ цена, се оценява в рамките на ДНТП (вж. също раздел 3 относно взаимодействието с ДНТП).

Когато търговец продава стоки чрез различни канали за продажба/точки на продажба (например различни физически и/или онлайн магазини) на различни цени и тези различни канали за продажба/точки на продажба са обект на обявление за общо намаление на цените, търговецът трябва да посочи като „предишна“ цена на съответните стоки във всеки канал за продажба/всяка точка на продажба най-ниската цена, която е **прилагал в съответния канал за продажба/съответната точка на продажба** най-малко през последните 30 дни.

Заблуждаващите обявления за намаление на цените, които създават впечатлението, че намалението се въвежда във всички канали за продажба/точки на продажба на конкретния търговец, докато в действителност само някои от каналите за продажба/точките на продажба са обект на намаление на цените, трябва да бъдат оценявани в контекста на ДНТП.

Член 6а не възпрепятства търговците да **удължават кампания за намаление на цените**, при условие че потребителите са ясно информирани, че става въпрос за удължаване, а не за нова кампания за намаление на цените и цялостното представяне на кампанията не може да създаде погрешно впечатление у потребителите.

## 2.2. Обозначаване на „предишната цена“ в случай на обявяване на общо намаляване на цените

Член 6а не възпрепятства търговците да обявяват намаления на цените под обща форма, например:

— „20 % отстъпка на всичко днес“ или

— „20 % отстъпка на всички артикули за коледна украса тази седмица“.

Когато намалението на цените (както е описано в раздел 1.1) е обявено чрез общо заявление, например физически банер или онлайн съобщение, **не е необходимо „придшната“ цена да бъде посочена на същия носител** като самото обявление за намаление на цените. Вместо това „придшната“ цена на отделните стоки, обхванати от обявлението, трябва да бъде посочена **на мястото на продажба**, т.е. на съответните ценови етикети в магазините или в разделите с цени в интерфейсите на онлайн магазините.

Търговецът може също така да обяви общо намаление на цените, като предостави **различни отстъпки за отделните категории стоки**. В тези случаи търговецът трябва ясно да определи категориите на съответните стоки и съответното намаление на цените им, например:

— „30 % отстъпка за стоки със синя марка и 40 % отстъпка за стоки с червена марка“.

По отношение на посочването на „придшната“ цена на отделните стоки, обхванати от обявяването на общо намаление на цените, трябва да се разграничат два случая:

— когато през последните 30 дни **търговецът не е увеличавал цените** на отделните стоки, обхванати от общите обявления, и не е организиран други (общи) намаления на цените през този период. В този случай „придшната“ цена за целите на член 6а ще бъде прилаганата преди това **продажна цена на стоките**, т.е. цената, която вече е посочена на ценовия етикет или в раздела за цените в интерфейса на онлайн магазина. Следователно няма да е необходимо търговецът да променя ценовите етикети/онлайн информацията за съответните стоки поради прилагането на член 6а от ДОЦ;

— когато **търговецът е увеличавал цената** или е организиран друго (общо) намаление на цените през последните 30 дни, продажната цена на етикета или онлайн няма да се счита за „придшна“ цена, тъй като няма да е най-ниската цена през последните 30 дни, както се изисква в член 6а. Следователно, за да посочи правилната „придшна“ цена на тези стоки, търговецът ще трябва да коригира съответните ценови етикети или онлайн обозначението на цените на стоките, обхванати от обявяването на общо намаление на цените.

Член 6а от ДОЦ не възпрепятства **груповото рекламиране** на намаления на цените, когато централни субекти, като франчайзодатели, планират и рекламират кампании за намаление на цените от името на продавачите (търговците на дребно), които разпространяват техните продукти. Когато такъв централен субект обяви намаления на цените от името на своите членове, той трябва да се увери, че участващите търговци на дребно са в състояние да спазват изискванията по отношение на намаленията на цените, например трябва да даде възможност на участващите търговци на дребно да спазват правилата за обозначаване на „придшната“ цена. И в този случай всеки участващ търговец на дребно остава отговорен за това съответните стоки, които продава в рамките на кампанията за намаление на цените, да бъдат обозначени с правилната „придшна“ цена.

Както е обяснено по-горе, когато участващият търговец на дребно е поддържал постоянни цени през последните 30 дни преди обявлението за намалението, няма да е необходима корекция на отделните „придшни“ цени, тъй като придшната продажна цена ще представлява „придшната“ цена за целите на член 6а. Ако случаят не е такъв за някои стоки, обхванати от общата кампания, продавачът трябва да коригира „придшната“ цена на въпросните стоки. Това включва случаи, при които кампаниите за намаление на цените, предприети от съответния продавач (търговец на дребно) за собствените му стоки, са последвани в рамките на по-малко от 30 дни от кампании, предприети от централния субект. В такива случаи, за да се определи „придшната“ цена, съответният търговец на дребно трябва да вземе предвид намалената цена в рамките на придшната(ите) кампания(и).

### 2.3. Програми за лоялност и персонализирани намаления на цените

Член 6а от ДОЦ не се прилага за **програми на продавача за лоялност на клиентите**, като например карти за отстъпка или ваучери, които дават на потребителя право на отстъпка от цената на всички продукти или на определени продуктови гами на продавача за продължителни периоди от време (например 6 месеца, 1 година) или които позволяват натрупване на кредити (точки) за бъдещи покупки.

Член 6а от ДОЦ не се прилага и за **реални персонализирани намаления на цените**, които не се окачествяват като „обявяване“ на намаление на цените. Типичен пример за такива намаления на цените са намаления, които произтичат от придшни покупки на потребителя от съответния продавач, например когато при покупка потребителят получи ваучер за „20 % отстъпка“, валиден за следващата покупка до края на месеца. Други примери за реални персонализирани намаления на цените, които не попадат в приложното поле на член 6а, са намаленията, предоставяни на потребителя по специални поводи, като например при записване в програма за лоялност или при сватба или рожден ден на потребителя, както и намаленията, прилагани в момента на покупката, които не са „обявени“ предварително.

Такива програми за лоялност и персонализирани оферти продължават да бъдат оценявани съгласно ДНТП (вж. раздели 2.8.2 и 4.2.8 от Ръководството относно ДНТП<sup>(17)</sup>).

За разлика от това, член 6а от ДООЩ ще бъде приложим за онези намаления на цените, които, макар и да са представени като персонализирани, **в действителност се предлагат/обявяват на потребителите като цяло**. Такава ситуация може да възникне, когато търговецът предоставя „ваучери“ или кодове за отстъпки потенциално на всички потребители, които посещават физическия магазин или онлайн магазина през определени периоди. Примери за това могат да бъдат кампании като:

- „Днес 20 % отстъпка при използване на кода XYZ“; или
- „Този уикенд 20 % отстъпка на всичко само за лоялни членове“;

при които кодът или програмата за лоялност са достъпни/използвани от много или от по-голямата част от клиентите. В тези случаи търговецът трябва да спазва изискванията, предвидени в член 6а, т.е. да гарантира, че „предишната“ цена на всички съответни стоки е **най-ниската им публично достъпна цена** през последните 30 дни (вж. раздел 2.1. относно обявяването на общо намаление на цените).

### 3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДИРЕКТИВАТА ОТНОСНО НЕЛОЯЛНИТЕ ТЪРГОВСКИ ПРАКТИКИ

С Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета<sup>(18)</sup> („Директивата за нелоялните търговски практики“ — „ДНТП“) се забраняват нелоялните търговски практики при сделки между търговци и потребители<sup>(19)</sup>. Тя се прилага за всички търговски практики, които възникват преди, по време на и след сделка между търговци и потребители. В член 2, буква г) от ДНТП търговските практики са определени като „всяко действие, бездействие, поведение или представяне, търговски съобщения, включително реклама и маркетинг, извършвани от търговец, пряко свързан с производството, продажбата или доставката на стока до потребители“. Нелоялна търговска практика може да представлява заблуждаваща или агресивна практика (членове 6—9) или нарушаване на изискванията за дължимата професионална грижа (член 5, параграф 2), което е вероятно да изкриви решението за сделка на средния потребител.

В член 3, параграф 4 от ДНТП е предвидено, че в случай на противоречие между разпоредбите на ДНТП и други разпоредби на правото на ЕС, уреждащи специфични аспекти на нелоялни търговски практики, вторите имат предимство и се прилагат спрямо тези специфични аспекти.

Ето защо, доколкото с член 6а от ДООЩ се въвежда специфичен набор от правила относно определянето и посочването на „предишната“ цена при обявяване на намаление на цените, той има предимство пред ДНТП по отношение на онези аспекти на намалението на цените, които се уреждат от тези специфични правила<sup>(20)</sup>.

Следователно правилното посочване от страна на продавача на „предишната“ цена и на съответното намаление на цените трябва да бъде оценено спрямо специфичните изисквания, предвидени в член 6а от ДООЩ. Това обаче не създава пречки за националните правоприлагащи органи при прилагането на ДНТП и по отношение на практики на търговци, които нарушават разпоредбите на член 6а от ДООЩ, когато те **също така** представляват нелоялни практики, забранени с ДНТП, по-специално заблуждаващи действия във връзка със съществуването на специфично ценово предимство по смисъла на член 6, параграф 1, буква г).

Освен това, както е посочено в раздел 1.2.5 от Ръководството относно ДНТП, разпоредбите на ДНТП, и по-специално член 6, параграф 1, буква г) относно заблуждаващите твърдения за съществуването на ценово предимство, **остават приложими за други аспекти на намаленията на цените**. ДНТП може да се прилага за различни заблуждаващи аспекти на практиките за намаляване на цените, като например:

- прекомерно дълги периоди, през които се въвеждат намаления на цените, в сравнение с периода, през който стоките се продават на цена, която не е намалена;
- рекламиране на намаление, например „До 70 % отстъпка“, когато само малък брой артикули са намалени със 70 %, а останалите са намалени със значително по-нисък процент.

<sup>(17)</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive\\_bg](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_bg)

<sup>(18)</sup> Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („Директивата за нелоялните търговски практики“) (ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22).

<sup>(19)</sup> Преди измененията на ДООЩ, въведени с Директива (ЕС) 2019/2161, в решението по дело от 10 юли 2014 г., *Колтисия/Белгия*, С-421/12, ECLI:EU:C:2013:769, Съдът на Европейския съюз е потвърдил невъзможността държавите членки да приемат по-ограничителни национални правила за намаленията на цените въз основа на ДНТП и (първоначалната) Директива за обозначаването на цените.

<sup>(20)</sup> Вж. също решение на Съда от 7 юли 2016 г., *Citroën*, С-476/14, ECLI:EU:C:2016:527.



В тази връзка трябва да се отбележи, че освен намаления на цените продавачът може да използва и други видове **практики, рекламиращи ценови предимства**, като например:

- сравнения с други цени, например с цените на други търговци <sup>(21)</sup> или с препоръчаната от производителя цена на дребно;
- комбинирани или обвързани оферти под условие (например „Вземи две на цената на едно“ или „30 % отстъпка при покупка на три продукта“).

Такива рекламни практики не попадат в приложното поле на член 6а от ДОЦ, но продължават да подлежат изцяло на разпоредбите на ДНТП.

ДНТП обхваща също така всички обявления за намаления на цените или други видове практики, рекламиращи ценови предимства по отношение на цифровото съдържание <sup>(22)</sup>, и всички видове услуги, тъй като ДОЦ се прилага само за движими вещи (вж. раздел 1.1).

Продавачът може също така да комбинира сравняване на цените с обявление за намаление на цените, уредено в член 6а от ДОЦ. Както е посочено в раздел 2.8.2 от Насоките относно ДНТП, продавач, който представя сравнение на цените, **трябва да направи всичко възможно**, за да гарантира, че средният потребител няма да възприеме сравнението например с препоръчителната цена на дребно като намаление на цената. Когато поради заблуждаващото си представяне сравнението на цените всъщност се възприеме от средния потребител като намаление на цената, подобна практика може да представлява нарушение както на ДНТП, така и на член 6а от ДОЦ поради неправилното представяне на „предишната“ цена.

#### 4. ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗБОР НА НОРМАТИВНА УРЕДБА

Параграфи 3—5 от член 6а дават възможност на държавите членки да прилагат дерогации от общото правило за намаления на цените в случай на:

- стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност („бързоразвалящи се стоки“);
- стоки, които са на пазара от по-малко от 30 дни („новопостъпили“ стоки); и
- последователни намаления на цените в рамките на 30 дни.

##### 4.1. Бързоразвалящи се стоки

###### **Член 6а**

3. Държавите членки могат да предвидят различни правила за стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност.

Възможността в параграф 3 от член 6а позволява на държавите членки да предвидят различни правила за стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност. Тези правила могат да се състоят дори от **пълно изключване на такива стоки от приложното поле на член 6а** или от осигуряване на продавача на възможност да посочи като „предишна“ цена последната цена непосредствено преди намалението на цената.

Стоките, чието „качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност“, са бързоразвалящи се стоки, за които може да се наложи по-често да се правят отстъпки, за да се продадат по-бързо поради приближаването на изтичането на срока им на годност. Това понятие се използва и в член 16, параграф 1, буква г) от Директивата за правата на потребителите <sup>(23)</sup> („ДПП“), който предвижда, че потребителите нямат право на отказ по отношение на договори от разстояние и договори извън търговския обект по отношение на „доставката на стоки, които е вероятно да влошат качеството си или имат кратък срок на годност“.

В ДПП не е предвидено определение за „стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност“. Съответствието с обективните критерии за „стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност“, трябва да се оценява за всеки отделен случай. Сред примерите за стоки, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност, са пресни храни или напитки с кратък срок на годност. Тази възможност за държавите членки да прилагат дерогации от общото правило за намаления на цените не може да се прилага за стоки, които не са бързоразвалящи се поради физическия си състав и свойства, а само „с изтичащ срок на годност“ в търговския смисъл, като например сезонно облекло <sup>(24)</sup>.

<sup>(21)</sup> Сравнението на цените на различни търговци попада в приложното поле на Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 г. относно заблуждаващата и сравнителната реклама (ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21), установяваща условията, при които е разрешена сравнителна реклама.

<sup>(22)</sup> Определено като „данни, които се произвеждат и предоставят в цифров вид“, в член 2, параграф 1 от Директива (ЕС) 2019/770 на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 2019 г. за някои аспекти на договорите за предоставяне на цифрово съдържание и цифрови услуги (ОВ L 136, 22.5.2019 г., стр. 1).

<sup>(23)</sup> Директива 2011/83/ЕС.

<sup>(24)</sup> Вж. Ръководството относно Директива 2011/83/ЕС за правата на потребителите: [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/consumer-rights-directive\\_bg](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/consumer-rights-directive_bg)

Същият подход като този, предвиден в ДПП, е валиден и при тълкуването на това понятие съгласно ДОЦ.

#### 4.2. „Новопостъпили“ стоки

##### Член 6а

4. Когато продуктът е на пазара от по-малко от 30 дни, държавите членки могат също така да предвидят по-кратък период от време от периода, посочен в параграф 2.

Възможността, предвидена в параграф 4 от член 6а, позволява на държавите членки да разрешат обявяването на намаления на цените и по отношение на („новопостъпили“) стоки, които търговецът е продавал по-малко от 30 дни преди обявяването за намаление на цените. Възможността е широко формулирана и се отнася за „по-кратък период от време“ (от периода по подразбиране от най-малко 30 дни).

За разлика от възможността за избор на нормативна уредба по отношение на стоките, чието качество подлежи на бързо влошаване или които имат кратък срок на годност, за които държавите членки могат да предвидят „различни правила“, в т.ч. изключване на такива стоки от приложното поле на член 6а, тази възможност за избор на нормативна уредба се отнася само за „по-кратък период от време“. Съответно не може да не се тълкува, че тя включва и възможността за пълно освобождаване на тези стоки от изискването да се спазва референтен период за определяне на „предишната“ цена.

Следователно, когато държавите членки решат да приложат тази възможност за дерогация от общото правило, те трябва да установят **конкретен период от време** за определяне на „предишната“ цена или, като алтернатива, **да позволят на търговците сами да определят периода от време и да посочат този период заедно със съответната „предишна“ цена**. В последния случай, когато конкретният референтен период не е установен в националните правила, доколкото са справедливи обявяванията за намаления на цените на въпросните стоки ще продължава да се оценява за всеки отделен случай съгласно ДНТП.

Понятието на „пазара“ трябва да се тълкува в контекста на общото правило, изложено в член 6а, параграфи 1 и 2, които се отнасят за действията на конкретния търговец, обявяващ намалението на цените. Следователно „пазар“ в този контекст се отнася за продажбата на стоките от страна на конкретния търговец, както е определен в член 2, буква г) от ДОЦ.

Следва да се счита, че стоките вече са били на „пазара“, когато **продавачът възобновява предлагането на същите стоки** след период на прекъсване, например след като стоките са били временно изчерпани или в случай на сезонни стоки, като например зимно/лятно облекло. В този случай, тъй като строго погледнато тези стоки не са новопостъпили, изключението, предвидено в член 6а, параграф 4, няма да се прилага.

В тези ситуации обаче търговецът може да избере като референтен период за определяне на „предишната“ цена **по-дълъг период от време**, през който стоката е била предлагана за продажба общо най-малко 30 дни. Следователно, когато продавачът предлага отново дадена стока за продажба след период на прекъсване, той може да обяви намаление на цената, като посочи като „предишна“ цена най-ниската цена, прилагана през референтния период преди прекъсването (например през последната година), при условие че:

- стоката е била предлагана за продажба общо най-малко 30 дни през този референтен период; и
- посочената „предходна“ цена е най-ниската цена през целия референтен период.

При оценка за всеки отделен случай може да е необходимо търговецът да информира потребителя в съответствие с член 7 от ДНТП, когато посочената „предишна“ цена е цена, която е била прилагана не през периода, непосредствено предшестваш намалението на цената, а например през предходния сезон.

#### 4.3. Прогресивни намаления на цените

##### Член 6а

5. Държавите членки могат да предвидят, че при прогресивно намаляване на цената предишната цена е цената без намалението ѝ преди първото въвеждане на намалението на цената.

Изборът на нормативна уредба, предвиден в член 6а, параграф 5, се прилага, когато цената се намалява постепенно, **без прекъсване**, по време на една и съща кампания за продажби. В този случай „предишната“ цена е най-ниската цена през 30-те дни преди въвеждането на първото обявление за намаление на цените и остава „предишната“ цена за всички последващи обявявания за намаление на цените по време на кампанията за продажби.

- Например най-ниската цена на стоката през последните 30 дни преди началото на кампанията за продажби е била 100 EUR. Продавачът посочва 100 EUR като „предишна“ цена, когато обявява първото намаление на цените (например 10 % отстъпка) и след това може да запази същата „предишна“ цена и при обявяването на следващите намаления от 20 % и 30 %.

Ситуацията е различна в случай на последователни кампании в рамките на 30-дневен период (например в промоции като „20 % отстъпка всяка неделя през декември“ или по време на последователни кампании за продажби „Ден на необвързаните“, „Черен петък“, „Кибер понеделник“ или Коледа през ноември/декември). В контекста на такива последователни кампании за продажби, при които цената се повишава за непостоянни (кратки) периоди, се прилага общото правило на член 6а и „предишната“ цена за всяко последователно намаление на цените е най-ниската цена през най-малко последните 30 дни, т.е. включително намалената цена по време на предишните промоции.

За да се избегне заобикаляне на член 6а, параграфи 1 и 2, параграф 5 се тълкува стеснително. Съответно той е приложим само когато цената се намалява прогресивно, без прекъсване и без да се увеличава посочената „предишна“ цена в хода на непрекъснатото намаляване на цените.

---