

ПРОГРАМА ЗА ПОДПОМАГАНЕ НА БИЗНЕСА

SMECA – програма на Фар за подпомагане на бизнеса

ЗАЩИТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ И ЗДРАВЕТО

СЪДЪРЖАНИЕ

- I. Увод.
- II. Законодателство на Общността
 - 1. Подвеждаща реклама.
 - 2. Договори, сключени извън мястото на основна търговска дейност.
 - 3. Потребителски кредит.
 - 4. Пакетни услуги за туристически пътувания, почивки и екскурзии.
 - 5. Временно ползване.
 - 6. Неравноправни клаузи по договорите, сключвани с потребителите.
 - 7. Договори от разстояние.
 - 8. Обозначаване на цените.
 - 9. Потребителски интереси.
 - 10. Отговорност за дефектни продукти.
 - 11. Обща безопасност на продукта.
 - 12. Опасни имитации.
 - 13. Продажба на потребителски стоки и прилежащи гаранции.

I. УВОД

Първоначално защитата на потребителя не бе заложена в приоритетите на Римския договор. Едва в началото на 1970-те европейските институции започнаха да обръщат внимание на този въпрос. Римският договор (1957) не предвижда стратегия за защита на потребителя. Въпреки това, в някои клаузи като Член 39¹ЕИО (Европейска икономическа общност) относно земеделието, и Член 86² ЕИО относно конкуренцията, пряко касаят потребителите и изразяват желанието да се предпазят техните интереси. В по-широк план, уводната част на Договора за изграждане на Европейската икономическа общност определя като една от основните цели на обединената общност “постоянното подобряване на жизнения и работен стандарт” на народите в състава на общността.

Едва в средата на 1970-те чрез Резолюция от 14-ти април 1975 г. Съветът на министрите въвежда първата програма на Европейската икономическа общност за защита на потребителя и информационна политика.³ Това е първият стадий от мерките, които Общността предприе от името на потребителите. Целта ѝ бе внедряването на реална система от права на потребителя в Общността. В тази програма са формулирани петте основни права на потребителя:

- **Правото на защита на здравето и безопасността.** Стоките и услугите, предлагани на потребителя, трябва да бъдат такива, че при нормални и предвидими условия на употреба, те да не представляват заплахата за здравето и безопасността на потребителя.
- **Правото на защита на икономическите интереси.** Потребителите трябва да бъдат защитени от злоупотреби от страна на търговеца, особено при предварително изготвени неравноправни стандартни договори, при неблагоприятни условия на кредитиране, техники на продаване чрез оказване на натиск, а също от ощетяване икономическите им интереси чрез дефектни продукти или незадоволителни услуги.
- **Правото на обезщетение.** Потребителите трябва да получават съвети и помощ при оплаквания във връзка с вредите, причинени от покупка или употреба на дефектни стоки или незадоволителни услуги. Освен това те имат право на съответното обезщетение за подобни вреди чрез бързи, ефективни и финансово достъпни процедури.
- **Правото на информация и обучение.** Потребителят на стоки и услуги трябва да има достъп до достатъчно информация, въз основа на която да оценява основните характеристики на стоките и услугите - естество, качество, количество и цена, за да може да прави рационален избор между конкурентни продукти и услуги и да ги използва безопасно. Децата, младежите и хората на зряла възраст трябва да имат

¹ Член 39, 1^о - Целите на съвместната земеделска политика са:
... (е) “да гарантира, че доставчиците снабдяват потребителите на разумни цени. ...”

² Член 86 “Всяка злоупотреба от страна на едно или повече предприятия с доминираща пазарна позиция или със значително пазарно присъствие се забранява като несъвместима с пазара, доколкото това може да засегне търговията между страните-членки. А именно, такива злоупотреби се състоят във: ... “(b) ограничаване на производството, пазарите или техническото развитие във вреда на потребителите...”

³ Официален протокол., 1975, C92, 25/4/1975

възможности за обучение по това как да правят разумен избор между стоки и услуги.

- **Правото на представителство (правото да бъдеш чуто).** Потребителите трябва да бъдат консултирани и да получават право да изразяват отношението си, когато се касае до свързани с тях въпроси, в частност чрез организации за защита и информиране на потребителя.

Съветът също така се бе задължил в много кратък срок да вземе решения по редица предложения от най-различно естество. Тази първа програма обаче нямаше никакви конкретни последици.

Чрез Резолюция от 19-ти май 1981 г. Съветът приема втора програма за защита на потребителя и информационна политика за периода 1981-1986.⁴ Тази втора програма има за цел да продължи предприетите по време на предварителната програма мерки за защита и информиране на потребителя и да потвърди първоначалните ѝ цели и принципи. Новата програма подхожда по-задълбочено и детайлно към приоритетите на програмата от 1975 г. и засилва мерките в тази област. Тя предлага също да се отделя повече внимание на потребителските интереси при формулиране и прилагане на съвместната политика.

Последно, програмата още веднъж повдига въпроса за петте основни права на потребителя, формулирани още през 1975 – защита на потребителите от заплахи за здравето и безопасността, защита на икономическите им интереси, подобряване на нормативната уредба за защита на потребителя (помощ, съвети, право на съдебен иск), подобряване качеството на обучение и информационно обслужване на потребителя, консултации и представителство на потребителите при взимане на решения, засягащи техните интереси.

Тази програма формулира също и редица принципи, заложи в предварителната програма, които бяха и продължават да са валидни:

- Потребителите на стоки и услуги трябва да бъдат защитени от някои нечестни търговски практики, в частност от неравноправните договори с търговците на дребно, незачитане на основни потребителски права в договорите, неблагоприятни условия на кредитиране, настояване от страна на търговците за заплащане на нежелани стоки и нелоялни техники на продаване чрез оказване на натиск.
- Потребителят трябва да бъде предпазен от ощетяване на икономическите му интереси, причинено от дефектни стоки или незадоволителни услуги.
- Представянето и промоцията на стоки и услуги, включително и на финансови услуги, не трябва да водят до заблуда, пряка или непряка, на личността, към която са насочени или от която са поръчани.
- Някоя форма на реклама не трябва да води до заблуда на потенциалния купувач на продукта или услугата. Рекламодателите във всички медии трябва да имат готовност да докажат по адекватен начин валидността на всички свои твърдения.
- Всяка информация, която се предоставя при продажба или реклама, трябва да бъде вярна.
- Предлагането на продукти трябва да бъде такова, че доколкото това е възможно потребителите да получават възможност за адекватен избор.

⁴ Официален протокол, 1981, C133, 3/6/1981

След 1985 Комисията потвърждава, че провеждането на двете последователни програми не довежда до очакваните резултати. Затова Комисията представя на Съвета ново предложение с ясен график за прилагане на конкретни мерки. Този график е одобрен с Резолюцията от 23 юни 1986 г. за “Нов подход” към защитата на потребителя⁵. В тази резолюция Съветът формулира необходимостта от постигане на трите основни цели, заложи в предложението на Комисията:

1. Високо ниво на защита на здравето и безопасността на потребителя.
2. Възможност потребителите да извличат полза от пазара на обединената общност.
3. По-добро отчитане интересите на потребителите в другите стратегии на общността.

Член 95 (бившият 100 А) на Договора, е една от най-важните клаузи по този въпрос, включени в Римския договор чрез Единния европейски акт (ЕЕА) през 1986. В този член се казва, че с оглед сближаването на националните нормативни уредби в сферата на здравето, безопасността, защитата на околната среда и защитата на потребителя, Комисията възприема като основа за предложенията си “високо ниво на защита”.

Договорът на Европейския съюз от Маастрихт (февруари 1992) е една от най-важните стъпки за защита на потребителите в обединената общност. Този договор изрично определя защитата на потребителите като един от приоритетите в политиката на Общността. В Член 3 се казва, че “действията на Общността трябва да имат за цел ... принос към подобряване защитата на потребителя.”⁶

С цел да гарантира високо ниво на защита на потребителите Общността ще способства за защитата на здравето, безопасността и икономическите им интереси, а също така ще поощрява правото на потребителя на информация, обучение и сдружаване за защита на интересите.⁷

Тези цели ще бъдат постигнати чрез:

- мерки, взети съгласно Член 95 в контекста на завършване изграждането на вътрешния пазар (мерки за хармонизиране);
- мерки, които подкрепят, допълват или контролират политиката на страните-членки в тази насока.⁸

Всяка страна-членка има право да поддържа или въвежда по-стриктни предпазни мерки. Въпреки това, тези мерки трябва да бъдат съгласувани с Договора и оповестени на Комисията.⁹

Изискванията за защита на потребителя се взимат предвид при формулиране и изпълнение на стратегиите и задачите на Общността.¹⁰

⁵ Официален протокол, 1986, С167

⁶ Член 3, 1,

⁷ Член 153р 1 (бивш член 129а, 1)

⁸ Член 153, 3

⁹ Член 153, 5

¹⁰ Член 153, 2

Законодателство на Общността - кратък преглед

Законодателството на Общността в сферата на потребителската защита цели да се справи с пазарния неуспех и да противодейства на тенденцията за почти структурна липса на информация като гарантира, че предоставянето на информация от съществено значение ще има задължителен характер, а също и чрез допълнителни разпоредби за защита на потребителя. В повечето случаи правният подход следва принципа на минималната хармонизация.

Общата директива за безопасност на продукта 92/59ЕО е акцентът на законодателството на Общността в сферата на безопасността. Предизвикателството за страните-кандидатки е да заменят системата за контрол на производствено ниво с по-сложна система за наблюдение на пазара. Законодателните норми на Общността включват също и Директивите за отговорност за продукта (85/374/ЕИО) и опасни имитации (87/357/ЕИО).¹¹

- Икономическите интереси на потребителите в сферата на финансовите услуги са защитени от Директивата за потребителски кредити (87/102/ЕИО), (90/88/ЕИО), (98/7/ЕО).
- Директивите за обозначаване на цените (98/6/ЕО), подвеждаща реклама (84/450/ЕИО) и сравнителната реклама (97/55/ЕО) регулират от потребителския аспект рекламната и информационна дейност.

¹¹ Трети семинар по политика за защита на потребителя в страните кандидатки, 22 ноември 2000 г.. За общ преглед на директивите за защита на потребителя и общата политика, свързана с потребителя, можете да погледнете уеб-сайта на Генерална Дирекция “Защита на потребителя и здравето” – http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_en.htm

- Търговските практики се регулират от Директивата за пряка продажба (87/577/ЕИО) и Директивата за продажбата от разстояние (97/7/ЕО), а също от Директивата за разпоредбите по защита на потребителските интереси (98/27/ЕО) и Директивата за някои аспекти на продажбата на потребителски стоки и прилежащите гаранции (99/44/ЕО)
- Директивата за неравноправните условия по договорите (93/13/ЕИО), Директивата за сроковете (97/47/ЕО) и Директивата за пакетни услуги при пътуване и ваканционен туризъм (90/314/ЕО) регламентират договорите с потребителите.

II Законодателство на Общността

1. Подвеждаща реклама

Първата важна директива в сферата на потребителското право бе Директива на Съвета 84/450/ЕИО за подвеждащата реклама.¹² Европейския парламент я ревизира чрез Директива на Съвета 97/55/ЕО с оглед включване на сравнителната реклама.¹³

Задачата на тези директиви е защита не само на потребителите, но и на всички лица, които се занимават с търговска дейност, упражняват занаят или свободна професия, а също на публичните интереси като цяло, срещу подвеждащата реклама и произтичащите от нея неизгодни последици. Друга задача е определянето на условията, при които сравнителната реклама е допустима.

Директивите ползват широко определение на “реклама” – всякакъв вид представяне от страна на търговска или занаятчийска организация или свободна професия, с цел насърчаване търсенето на стоки и услуги, включително недвижими имоти, права и задължения.

Директива 84/450/ЕИО

“Подвеждаща реклама” е всеки вид реклама, която по какъвто и да било начин, включително и чрез начина ѝ на представяне, заблуждава или може да заблуди лицата, към които е адресирана или до които достига, и която поради подвеждащата си същност може да повлияе на икономическото поведение на потребителите и затова засяга или може да засегне интересите на конкуренцията.

¹² Директива на Съвета 84/450/ЕИО от 10 септември 1984 г., свързана със сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на подвеждащата реклама. Официален протокол, L250, 19/9/1984.

¹³ Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 октомври 1997 г. внася поправки в Директива 84/450/ЕИО върху подвеждащата реклама с оглед включване и на сравнителната реклама. Официален протокол, 1997, L 290, 23/10/1997, печатни грешки – Официален протокол, 1998, L194, 10/7/1998 г., Официален протокол, 1999, L151, 18/6/1999.

Следните особености трябва да бъдат взети предвид, за да се определи дали дадена реклама е подвеждаща:

- Характеристики на стоките или услугите (например достъпност, естество, функциониране, състав, начин и дата на производство или предлагане, годност за целта, приложение, количество, характеристики, географски или търговски произход, очаквани резултати от употребата, резултатите или физическите последици от тестването или проверките на стоките или услугите);
- Цена или начин на калкулиране на цена;
- Условия за доставка или предлагане на стоките и услугите;
- Самоличност, особености и права на рекламодателя.

За да контролират подвеждащата реклама, страните-членки осигуряват адекватни и ефективни средства като възможност за лица и организации със законен интерес да:

- Внасят в съда жалби срещу подвеждащата реклама и/или
- Да отнесат въпроса към компетентните административни органи или да заведат дело.

Страните-членки упълномощават съдилищата или административните органи да

- наредят прекратяване на подвеждащата реклама или да започнат съответното съдопроизводство с тази цел.
- наредят спирането на предстоящото провеждане на подвеждаща реклама или да започнат съответното съдопроизводство с тази цел.

Тези мерки може да бъдат приведени в изпълнение и чрез ускорена процедура с временен или окончателен резултат.

Тази директива не изключва доброволния контрол върху подвеждащата реклама от страна на неправителствени организации ако процедурите им допълват съдебните или административни мерки.

Директива 97/55/ЕО

Целта на тази директива е определяне на условията, при които сравнителната реклама е допустима. Сравнителната реклама се определя като всеки вид реклама, която изрично или по подразбиране се възползва от конкурент или стоките и услугите на конкурент.

Сравнителната реклама е допустима при следните условия:

- Тя не е подвеждаща;
- Сравняват се стоки или услуги, които се използват за едни и същи цели или нужди;
- Обективно сравнява една или повече съществени, уместни и представителни особености на продукта или услугата, включително цени, по начин който подлежи на проверка;
- Не води до объркване на пазара между рекламодателя и конкуренцията или между търговските им марки и други отличителни белези, както и между техните стоки и услуги;

- Не накърнява престижа и не компрометира търговските марки и други отличителни белези, както и стоките, услугите, дейностите или положението на конкуренцията;
- Сравнява продуктите с изисквания за представяне на информация за произхода само с продукти със същия произход;
- Не се възползва по нелоялен начин от репутацията на дадена търговска марка и други отличителни белези на конкуренцията или от произхода на конкуренти продукти;
- Не представя стоките или услугите като имитация на продукти със запазена търговска марка;

Освен това, всяко сравнение по повод специална оферта трябва да сочи по ясен и недвусмислен начин сроковете на валидност на офертата или, ако това е уместно, че офертата зависи от наличността и количествата на стоките и услугите, а ако офертата още не е влязла в сила, датата на започване и периода, за който специалната оферта или условия ще бъдат валидни.

Постановленията за контрол върху сравнителната реклама важат и за неправомерната сравнителна реклама.

2. Договори, сключени извън мястото на основна търговска дейност.¹⁴

Целта на директивата е защита на потребителя срещу нелоялните търговски практики, свързани с договори, които се сключват извън мястото на основна търговска дейност. За тези договори е характерен фактът, че като правило инициативата за сключване на договора е на търговеца, докато потребителят не е подготвен за това. Често потребителят не може да направи сравнение на качеството и цената въз основа на други оферти. Съществува и елемент на изненада, който присъства не само при пряко сключваните договори, но и при други форми на договори, сключвани извън мястото на търговска дейност.

Тази директива регламентира правото на потребителя да анулира договора в срок, не по-малък от седем дни, за да може да обмисли задълженията си, произтичащи от договора. Потребителят трябва да бъде информиран в писмен вид за правото си на този период на размисъл. Важно е да се отбележи, че директивата се отнася само до договори с потребител в смисъл на физическо лице, което не сключва договор търговска или професионална цел.

Директивата се отнася до:

- Договори, сключвани между търговец и потребител по време на екскурзия, организирана от търговеца извън основното му място на търговска дейност;
- Договори, сключени по време на посещение от страна на търговеца в дома на потребителя или в дома на друг потребител, а също на работното място на потребителя, ако визитата не се дължи на изрична молба на потребителя;
- Договори за доставка на стоки или услуги, различни от тези, заради които потребителят е поканил търговеца, в случай че потребителят не е знаел или не е могъл да знае, че тези допълнителни стоки или услуги са част от търговската или професионална дейност на търговеца;

¹⁴ Директива на Съвета 87/577/ЕИО от 20 декември 1985 г. за защита на потребителя при договори, които се сключват извън мястото на основната търговска дейност, Официалет протокол, 1985 г., L 372, 31/12/1985.

- Договори, при сключването на които потребителят поръчва посещение от търговеца или приема да участва в екскурзия, организирана от него в рамките на или извън рамките на сключвания договор.

Следователно директивата се отнася до продажби от врата на врата, продажби по панаири и др.

Във всички тези случаи при сключване на договор търговците са длъжни да предоставят на потребителя писмено уведомление за правото му на анулиране на договора в срок, не по-малък от седем дни, на което е обозначена дата, а също името и адреса на лицето, спрямо което правото може да бъде упражнено. Потребителят не може да се откаже от това си право.

Директивата не се отнася до:

- Договори за изграждане, продажба или наем на недвижими имоти или други договори, свързани с права върху недвижими имоти;
- Договори за доставка на хранителни продукти, напитки или други стоки, предназначени за пряка консумация от страна на потребителя, които се доставят редовно от разносвачи;
- Договори за доставка на стоки и услуги в случаите, когато а) договорът се сключва на основата на каталог на търговеца, който може да бъде прочетен и в отсъствието на търговеца, б) когато се предполага да има продължителност на контакта между търговеца и потребителя във връзка с този договор, в) когато както каталогът, така и договорът ясно информират потребителя за правото му да върне стоката на доставчика в срок, не по-малък от седем дни, след получаването ѝ или да анулира договора в този срок без друго задължение освен това да се погрижи по адекватен начин за стоката;
- Застрахователни договори;
- Договори за ценни книжа;

3. Потребителски кредит.¹⁵

Задачата на тази директива е да хармонизира общите условия и регламента за потребителски кредит и да предпази потребителя от неблагоприятни условия на кредитиране.

Директивата не се отнася до:

- Споразумение за кредитиране с цел придобиване или запазване на имуществени права върху земя или сграда;
- Споразумение за кредитиране с цел реставрация или реконструкция на сграда;

¹⁵ Директива на Съвета 87/102/ЕИО от 22 декември 1986 г. за сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на потребителския кредит, Официален протокол, 1987 г., L42, 12/2/1987.

Директива на Съвета 90/88/ЕИО от 22 февруари 1990 г., която ревизира Директива 87/102/ЕИО за сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на потребителския кредит, Официален протокол, 1990 г., L61, 10/3/1990.

Директива 98/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 г., която ревизира Директива 87/102/ЕИО за сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на потребителския кредит, Официален протокол, 1998г., L101, 1/4/1998.

- Споразумение за наем, освен в случаите, когато по сила на това споразумение собствеността в крайна сметка преминава в ръцете на наемателя;
- Безлихвен кредит или кредит без други подобни задължения;
- Безлихвени кредитни споразумения, при които потребителят приема да върне целия кредит наведнъж;
- Кредит под формата на авансови вноски към текуща сметка, различна кредитна сметка, от страна на кредитираща институция или финансова институция.
- Кредитни споразумения за по-малки суми от 200 екю или по-големи суми от 20 000 екю;
- Кредитни споразумения, според които потребителят е длъжен да изплати кредита наведнъж в срок от 3 месеца или чрез максимум 4 вноски в срок от 12 месеца;
- След консултация с Комисията страните-членки могат да освободят от тези задължения някои видове кредит, който се дава срещу лихвен процент, по-малък от преобладаващия на пазара или не се предлагат на обществото като цяло;

Без ущърб на Директивата за подвеждаща и нелоялна реклама, всяка реклама или оферта, изложена в основното място на търговска дейност, която предлага кредитиране или посредничество при кредитиране с посочен лихвен процент или други цифри, свързани с цената на кредитирането, трябва да предлага и примерно или друго извлечение за годишния лихвен процент.

Кредитното споразумение трябва да се изготвя в писмен вид и потребителят трябва да получава екземпляр от него. Освен основните договорни условия (като описание на стоките, размер на депозита, кредитен лимит, гаранционни изисквания), в споразумението трябва да бъдат посочени годишният процент на паричните задължения и условията за неговото ревизиране.

При кредитиране под формата на авансови вноски по текуща сметка, различна от кредитна сметка, потребителят трябва да бъде уведомяван в писмен вид по време на или преди сключването на договора за кредитния лимит (ако има такъв), за годишния лихвен процент и прилежащите финансови задължения, както и за процедурата по анулиране на договора. Освен това в периода на валидност на договора потребителят трябва да бъде уведомяван за всяка промяна в годишния лихвен процент и свързаните с нея промени в момента на тяхното въвеждане.

При кредитиране за придобиване на стоки страните-членки трябва да регламентират условията за връщане на стоките, особено в случай че потребителят не е дал своето съгласие. Те трябва да гарантират допълнително и това, че страните по договора няма да се обогатят по незаслужен начин.

Потребителят може да изплати задълженията си по договора преди изтичането на последния. В този случай потребителят има право на разумна отстъпка от общите финансови задължения по кредитирането.

Директиви 90/88/ЕИО и 98/7/ЕО извеждат единна математическа формула за изчисляване на годишния процент на финансовите задължения и определяне на цената на кредита.

4. Пакетни оферти за туристически пътувания, почивки и екскурзии.¹⁶

¹⁶ Директива на Съвета 90/314/ЕИО от 13 юни 1990 г. за пакетни оферти за туристически пътувания, почивки и екскурзии, Официален протокол, 1990 г., L158, 23/6/1990.

Целта на тази директива е сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на пътуванията, които се предлагат на територията на Общността.

Като “пакет” се разглежда всяка предварително организирана комбинация на две или повече от следните услуги, които се продават или предлагат на обща цена, в случай че услугата обхваща по-голям период от 24 часа или включва преспиване.

(а) транспорт, (б) настаняване, (в) други туристически услуги, които не са свързани с настаняване и транспорт и представляват солидна част от пакетната услуга.

Отделното таксуване на различните съставки в обща пакетна услуга не се разглежда.

Във всяко описание на пакет, което се предоставя на потребителя от организатора или изпълнителя на услугата, цената на пакета и всички други условия по договора трябва да отговарят на истината, тоест не може да съдържа подвеждаща информация. На всяка брошура, предоставяна на потребителя, трябва да бъдат обозначени четливо, разбираемо и достоверно както цената, така и адекватна информация относно:

- Направлението и средствата, особеностите и категориите на използвания транспорт;
- Вида на настаняването, местонахождението, категорията и степента на комфорт на обекта, основните му характеристики, туристическата класификация според регламента на съответната държава;
- Графикът на хранене;
- Маршрут;
- Обща информация за паспортните и визови изисквания на съответните държави, здравните формалности, свързани с пътуването и престоя;
- Паричната сума или процентът от цената, който трябва да се предплати, както и графикът за окончателното разплащане;
- Изисквания за минимален брой участници в пакетната услуга и краен срок за информиране на потребителя при анулиране на офертата.

Информацията в брошурата задължава организатора или изпълнителя на услугата, с изключение на случаите, когато:

- потребителят е получил ясна информация за промените преди сключване на договора, което е посочено в брошурата;
- промените се извършват впоследствие при споразумение между страните по договора;

Преди сключване на договора организаторът и/или изпълнителят на услугата трябва да предоставят на потребителя в писмен вид информация относно паспортните и визови изисквания и здравните формалности, свързани с пътуването и престоя.

Организаторът и изпълнителят на услугата са длъжни своевременно да предоставят в писмен вид информация относно:

- времето и мястото за междинен престой, транспортните връзки и характеристиките на мястото, където ще се намира пътникът – корабна каюта, купе във влак и др.;
- името, адреса и телефонния номер на местния представител на организатора и/или изпълнителя на услугата или - при липса на такива – на местни агенции, към които

потребителят може да се обърне при нужда, а при липса на такива – телефонен номер за спешни случаи;

- допълнителна информация при пътуване с деца;
- информация за оптимално застраховане, чрез което може да се покрият разноските по анулиране на сделката от страна на потребителя или разноските по оказване на помощ или репатриране на потребителя при болест или нещастен случай;

Договорът трябва да бъде в писмен вид и да включва следните елементи (ако имат отношение към конкретната пакетна услуга):

- Направление(я) и време на престой с указване на съответните дати;
- Средства, характеристики и категории на използвания транспорт, дата, час и място на заминаване и пристигане;
- Когато пакетната услуга включва настаняване - местонахождението, туристическата категория и степента на комфорт на обекта, както и основните му характеристики;
- Съответствие с регламента на страната-домакин и график на хранене;
- Изисквания за минимален брой участници в пакетната услуга и краен срок за информиране на потребителя при анулиране на офертата поради недостиг на желаещи;
- Маршрути;
- Посещения, екскурзии и други услуги, които са включени в утвърдената обща цена на пакетната услуга;
- Името и адреса на организатора, изпълнителя и застрахователя (при наличие на такъв);
- Цената на пакетната услуга, указание за възможността за ревизиране на цената и информация за допълнителните такси или вноски за определени услуги (таксите за приземяване и излитане в летища, такси за пристанища и туристически такси), в случай че тези разноски не са включени в цената;
- График и начин за заплащане;
- Специалните изисквания, за които потребителят е информирал организатора или изпълнителя при извършване на резервацията, и по които е постигнато взаимно съгласие;
- Срокът за оплаквания при неизпълнение или непълно изпълнение на договора;

Формулираните в договора цени не подлежат на ревизиране, с изключение на случаите, когато договорът съдържа изрична клауза за възможност за намаляване или покачване на цената. Потребителят има право да предостави резервацията си на други лица.

5. Временно ползване.¹⁷

Целта на тази директива е сближаването на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки за защита на лицата, които придобиват временно право за ползване на недвижим имоти. Тя се отнася до “договорите, които са свързани пряко или непряко с придобиването на временно право на собственост върху един или повече недвижими имоти” – тоест всеки договор или поредица от договори, които се сключват най-малко за период от три

¹⁷ Директива 94/47/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 26 октомври 1994 г. за защита на потребителите от някои аспекти на договорите за придобиване на временни права за ползване на недвижима собственост, Официален протокол, 1994 г., L280, 29/10/1994.

години или повече, и по силата на които, при заплащането на определена цялостна сума пряко или непряко се придобива право на собственост или друго право, свързано с ползването на един или повече недвижими имоти за определен или подлежащ на определяне период от годината, който не може да бъде по-малък от една седмица, като това право е следствие от прехвърляне или подлежи на прехвърляне.

Повечето малки и средни предприятия (МСП) не участват в подобни дейности, но тъй като тази директива е част от законодателството на Общността, тя трябва да бъде разгледана накратко.

Директивата регламентира само аспектите, свързани с:

- Информация за съдържанието на договора и средствата за предаване на тази информация;
 - Процедурите и средствата за анулиране и прекратяване на договора;
- Всеки търговец е длъжен да предоставя на лицата, които желаят да получат информация относно недвижим имот или имоти документ, който заедно с общото описание на имота съдържа най-малко кратка и ясна информация по някои въпроси като естество и обичайно местопребиваване на заинтересуваните страни, вярно описание на имота и местонахождението му, услугите (осветление, вода и др.), удобствата и др., както и указание за това как може да се получи по-подробна информация. Всякаква реклама на съответния недвижим имот трябва да съдържа информация за този документ и достъпа до него.

С цел осигуряване на високо ниво на защита на потребителя и с оглед на специфичните особености на системата за временно ползване на недвижим имот, договорите трябва да включват няколко основни точки. Освен това директивата формулира езиковата рамка за изготвяне на подобни договори.

Забранява се каквото и да било авансово плащане от страна на купувача преди изтичане на периода, в който той може да упражни правото си на анулиране (до 10 дена след подписване на договора).

6. Неравноправни клаузи по договорите, сключвани с потребителите.¹⁸

Целта на тази директива е забраната на неравноправни клаузи в договорите, сключвани с потребителя. Директивата също е приложима само към договори, които се сключват с потребител в смисъл на физическо лице, което не действа с търговска или професионална цел.

Директивата е приложима само към “клаузите, които не подлежат на конкретно договаряне”. Клауза, която не е конкретно договорена, се смята за неравноправна ако противно на изискванията за добра воля води до съществена непропорционалност в правата и задълженията на страните по договора във вреда на потребителя. При оценка неравноправието на договорна клауза се взема предвид следното:

- Естество на стоките или услугите, до които се отнася договорът;
- Обстоятелства на сключване на договора;
- Други клаузи в договора или в друг договор, който има връзка с настоящия;

¹⁸ Директива на Съвета 93/13/ЕИО от 5 април 1993 г. относно неправомерни клаузи по договорите, сключвани с потребителя, Официален протокол, 1993 г., L95, 21/4/1993

Една клауза винаги се смята за неподлежаща на конкретно договаряне ако е изготвена предварително и затова потребителят не може да повлияе на съдържанието ѝ, особено в контекста на стандартни предварително изготвени договори.

Фактът, че някои аспекти на клаузата или друга клауза на договора са конкретно договорени не изключва прилагането на разпоредбите по отношение на останалото съдържание на договора, ако цялостната му оценка показва, че той е предварително изготвен стандартен договор. Когато един професионалист твърди, че стандартната клауза е конкретно договорена, той носи отговорност за доказване на това си твърдение. При договори, в които всички или някои от клаузите, предоставени на потребителя, са в писмен вид, тези клаузи трябва задължително да бъдат формулирани на ясен, достъпен език. Когато има неяснота относно смисъла на даден термин, натежава интерпретацията, която е най-благоприятна за потребителя.

Директивата съдържа представителна извадка на клаузите, които могат да се разглеждат като неравноправни.

Клаузи, които имат за цел или водят до:

- Изключване или ограничаване на правната отговорност на търговец или доставчик в случай на смърт или нараняване на потребителя в следствие на действие или пропуск от страна на търговеца или доставчика;
- Неправомерно изключване или ограничаване правата на потребителя по отношение на търговеца, доставчика или друга страна по договора в случай на пълно или частично неизпълнение или неадекватно изпълнение на задължения по договора от страна на търговеца, доставчика или друга страна по договора, включително и при опростяване на дълг на потребителя като обезщетение за негови искания спрямо търговеца, доставчика или друга страна по договора;
- Съглашение, което е обвързващо за потребителя, докато дейността от страна на търговеца или доставчика е подчинена на условия, които зависят изцяло от свободната им воля;
- Дава право на търговеца или доставчика да запазят сумите, заплатени от потребителя, в случай че последният решава да не сключи или да не изпълни договора, без да регламентира компенсиране на потребителя чрез същата сума, в случай че търговецът или доставчикът анулират договора;
- Задължават потребителя да заплати непропорционално голяма сума като компенсация, в случай че не изпълни задълженията си по договора;
- Упълномощава търговеца или доставчика да разтрогнат договора по лична преценка, докато същото право не се дава на потребителя, или предоставяне на право на търговеца или доставчика да запази сумите, изплатени за услуги, които още не е извършил, когато търговецът или доставчикът са страната, разтрогваща договора;
- Дава право на търговеца или доставчика да прекратят договор за неограничен срок от време без разумно предизвестие, освен ако има много сериозни причини за това;
- Автоматично продължава временен договор, в случай че потребителят не е дал знак за обратното, когато срокът, в който потребителят може да изрази желанието си да прекрати договора, е неразумно кратък;
- Необратимо задължава потребителя по отношение на условия, с които той не е могъл да се запознае предварително;
- Дава право на търговеца или доставчика да променят едностранно клаузите по договора без уважителна причина, която да е посочена в договора;

- Дава право на търговеца или доставчика да променят едностранно без уважителна причина характеристиките на продукта или услугата, които се предоставят по силата на договора;
- Дава право за определяне цените на продукта при доставка или дава право на търговеца със стоки или изпълнителя на услуги да вдигат цените без потребителят да получава аналогичното право да прекрати договора ако крайната цена е прекалено висока в сравнение с цената, одобрена при сключване на договора;
- Дава на търговеца или доставчика право да определя дали доставените стоки или извършените услуги отговарят на договорните условия или им дава изключително право да интерпретират клаузите по договора;
- Ограничава задължението на търговеца или доставчика да спазват ангажиментите, поети от техни агенти, или поставя спазването на тези ангажименти в зависимост от дадена формалност;
- Задължава потребителя да спазва всички свои задължения по договора ако търговецът или доставчикът не спазват своите задължения;
- Дава възможност на търговеца или доставчика да прехвърлят правата и задълженията си по договора без съгласието на потребителя, когато това може да намали гаранционните им отговорности спрямо последния;
- Изключва или възпрепятства правото на потребителя да повдига съдебен иск или да прибягва към друго правно средство за разрешаване на конфликти, задължава потребителя за прибягва изключително до арбитражни действия, които не са правно регламентирани, неправомерно ограничава достъпа му до доказателства или го натоварва с тежест на доказването, която според приложимите законови разпоредби е задължение на друга страна по договора;

7. Договори от разстояние.¹⁹

Целта на тази директива е сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на договорите от разстояние между потребители и доставчици, а също налагане на задължителни правила за продажба чрез изпращане на непоръчани стоки по домовете и техниките на доставчиците за общуване от разстояние.

“Договор от разстояние” е всеки договор за стоки или услуги, който се сключва между доставчика и потребителя според организирана от доставчика схема за продажба на стоки или извършване на услуги от разстояние, и при който доставчикът прибягва с цел сключване на договор до едно или повече средства за общуване от разстояние преди сключването на договор и в момента на неговото сключване. Елементът на разстояние предполага, че страните не се срещат лице в лице, тоест няма едновременно физическо присъствие на доставчика и потребителя.

Тази форма на продажба покрива голям диапазон от търговски дейности – каталози за продажба, реклами в пресата, писма, адресирани лично до потребителя, интернет, факс, електронна поща, автоматизирани телефонни обаждания и др..

Въпреки това директивата не е приложима към следните дейности:

- Финансови услуги;
- Автомати за продажба на стоки или автоматизирани търговски обекти;

¹⁹ Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 1997 г. за защита на потребителя при договори от разстояние, Официален протокол, 1997 г., L144, 4/6/1997.

- Договори, които се сключват телефонни оператори посредством публични телефонни автомати;
- Построяването или продажбата на недвижими имоти или други права върху недвижими имоти с изключение на наема;
- Търгове;

Преди сключването на договор от разстояние трябва да се предостави предварителна информация относно:

- Самоличността на доставчика и, в случай че договорът предполага авансово плащане, неговият адрес;
- Основни характеристики на стоките и услугите;
- Цена, включително разноски и данъци;
- Цена на доставката;
- Условието за разплащане, доставка или изпълнение;
- Съществуването на право за анулиране;
- Разноските по общуване от разстояние ако се изчисляват на друг принцип, различен от стандартния;
- Сроктът на валидност на офертата или цената;
- Минимална продължителност на договора в случаите, когато се сключва договор за постоянна или периодична доставка на стоки или услуги.

Потребителят трябва да получи потвърждение в писмен вид (или чрез друго достъпно за него трайно средство за комуникация), което покрива следните аспекти:

- Условия и процедури за упражняване правото на анулиране на договора;
- Географски адрес на мястото на търговска дейност на доставчика, където потребителят може да адресира оплакванията си;
- Информация за свързани с продажбата услуги и гаранции;
- Условието за прекратяване на договора;

Потребителят има право да анулира всеки договор от разстояние най-малко в срок от седем дни без да му бъдат наложени глоби и без да е длъжен да дава обяснения. Той може да бъде задължен да поеме единствено преките разноски по връщането на продукта. Ако доставчикът не е изпълнил задълженията си за предоставяне на информация, периодът може да бъде удължен до три месеца.

Потребителят няма право да анулира договора, освен ако страните не са се договорили изрично за това, в следните случаи:

- При извършване на услуги, което вече е започнало със съгласието на потребителя преди изтичането на седемдневния период;
- При доставка на стоки или услуги, чиято цена се определя от колебанията на финансовия пазар, които не се контролират от доставчика;
- При доставка на стоки или услуги според формулирани от потребителя характеристики, ясно *идентифицирани* продукти или продукти, които по силата на своята природа не могат да бъдат върнати, защото се развалят бързо или имат много кратък срок на годност;
- При доставка на аудио- и видеокасетофони или компютърен софтуер с разчупен от потребителя гаранционен печат;
- При доставка на вестници, периодика и списания;
- При лотарии и други игри;

С изключение на случаите, когато страните са се договорили за това, поръчката се изпълнява най-късно в срок до 30 дни. В случай че поръчаните стоки или услуги не са в наличност, потребителят трябва да бъде информиран за това и всички платени от него суми трябва да му бъдат върнати в срок до 30 дни. Доставчикът може да предостави на потребителя други стоки или услуги със същата цена и качество при условие, че потребителят е бил информиран за това по ясен и разбираем за него начин преди или при сключването на договор. В този случай разноските по връщане на стоките съгласно правото на анулиране са за сметка на доставчика и потребителят трябва да бъде информиран за това.

При доставка на стоки, които не са били поръчани от потребителя, липсата на отговор от негова страна не се приема за положителен отговор.

Правилата, свързани с предоставянето на предварителна информация, писмено потвърждаване на информацията, правото на анулиране и изпълнение не важат при:

- Договори за редовно доставяне от разносвач в дома или на работното място на потребителя на храни, напитки или други стоки, предназначени за ежедневна консумация;
- Договори за осигуряване на настаняване, транспорт, храна или развлекателни услуги, когато при сключване на договора доставчикът се задължава да извърши тези услуги на определена дата или в определен срок от време.

8. Обозначаване на цените.²⁰

Това е една от основните директиви за информиране на потребителя и е от много важно значение за сектора на търговия на дребно. Нейната цел е регламентиране обозначаването на търговската цена и единичната цена на продукти, които търговците предлагат на потребителите, с оглед повишаване нивото на информираност на потребителя и улесняване сравнението на цените.

Директивата формулира две основни правила за обозначаване на цените:

- 1. На всички продукти, които търговците предлагат на потребителя, трябва да бъде обозначена търговската цена и единичната цена.**
- 2. Търговската цена и единичната цена трябва да бъдат обозначени по четлив и недвусмислен начин и да се виждат добре.**

За да бъдат разбрани двете правила, трябва да се изяснят следните термини:

“Търговец” е физическо или юридическо лице, което продава или предоставя за продажба продукти, свързани с търговската му или професионална дейност.

“Потребител” е физическо лице, което купува продукт с цел, която не е свързана със сферата на търговската му или професионална дейност.

“Търговска цена” е крайната цена за единична бройка на продукта или определено количество от него, която включва ДДС и всички други данъци и такси.

²⁰ Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 16 февруари 1998 г. за защита на потребителя във връзка с обозначаване на цените на потребителските продукти, Официален протокол, 1998 г., L80, 18/3/1998.

“Единична цена” е крайната цена, която включва ДДС и всички други данъци и такси за един килограм, един литър, един метър, един квадратен метър, един кубически метър от продукта или друга единична мерна единица, която е широко разпространена и се прилага в страните-членки при продажба на определени продукти.

Двете правила имат някои изключения:

- Единичната цена не трябва да бъде обозначавана, ако отговаря на търговската цена;
- При продукти, които се продават на едро (които не се пакетират предварително и чието количество се измерва в присъствието на купувача) трябва да бъде обозначавана само единичната цена;
- Страните-членки могат да пренебрегнат първото задължение при продукти, които се доставят в процеса на извършване на услуга, продажби на търг, продажби на произведения на изкуството и антикварни предмети;
- Страните-членки имат право да пренебрегнат задължението за обозначаване на единичната цена върху продукти, при които това няма да бъде от полза поради естеството или функцията на продукта или защото може да предизвика объркване;
- Директивата регламентира преходния период, през който търговците от сферата на дребния бизнес не са задължени да обозначават единичната цена на продукти, които не се продават на едро.

Последно, страните-членки трябва да предприемат съответните мерки за да информират всички заинтересовани лица относно държавните закони, с които се въвежда тази директива. Те са длъжни да формулират наказанията за неспазване на нормативните актове, утвърдени във връзка с тази директива, и да предприемат необходимите мерки, за да гарантират спазването им. Наказанията трябва да бъдат ефективни, пропорционални и да действат като превантивна мярка.

9. Потребителски интереси.²¹

Целта на тази директива е сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на постановлението за защита на колективните интереси на потребителите, включени в директивата за защита на потребителя, с оглед гладкото функциониране на вътрешния пазар на Общността.

Страните-членки трябва да назначат съдилища или административни органи, които имат компетенции да се произнасят по искове, предявени от квалифицирани органи, които целят:

- Заповед, която се издава с цялата необходима бързина, ако е нужно и чрез съкратена процедура, за забраната или прекратяването на нарушение;
- Когато това е необходимо, мерки за обнародване на решението в пълен или съкратен вид и в адекватна форма, обнародване на корективните мерки за премахване на последиците от нарушението.
- Доколкото правната система на страните-членки допуска това, заповед, която задължава губещата страна по делото да осъществи плащания в полза на обществото като цяло или в полза на страна, определена според и в съответствие с

²¹ Директива 98/27/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 19 май 1998 г. относно разпоредбите за защита на потребителските интереси, Официален протокол, 1998г., L166

действащото законодателство, а в случай на неизпълнение на решението в определен срок от време, формулиран от съда, заплащане на конкретна сума или сума, определена от държавното законодателство, за всеки просрочен ден с оглед гарантиране спазването на решенията.

“Квалифицирани органи”, които могат да завеждат дела, са всички органи или организации, които са регламентирани според законодателството на страната-членка и имат легитимен интерес да гарантират спазването на разпоредбите към директивите за защита на потребителя, а в частност това са:

- Една или повече независими публични организации, които отговарят конкретно за защита на потребителските интереси в страните-членки и/или
- Организации, чиято функция е защита на потребителските интереси в съответствие с критериите, изложени в държавното им законодателство.

10. Отговорност за дефектни продукти.²²

Целта на тази директива е сближаване на законите на страните-членки по отношение на отговорността за продукти с оглед гарантиране на високо ниво на защита срещу дефектни продукти, които могат да застрашат здравето или имуществото на потребителя, както и изглаждане различията между законодателствата на отделните държави, които могат да изопачат конкуренцията и да възпрепятстват свободното движение на стоки.

По силата на тази директива производителят носи отговорност за вреди, причинени от дефектен продукт. Директивата формулира принципа на отговорност без вина на производителя при вреди, причинени от дефектен продукт. Когато две или повече лица са отговорни за една и съща щета, те могат да носят отговорност съвместно или поотделно.

Директивата използва по-широко определение за “производител”:

- Производител на краен продукт, производител на суровина или съставка, както и всяко лице, което отбелязва името си, търговската си марка или друга отличителна особеност върху продукта и по този начин се представя за производител на продукта;
- Без това да засяга отговорността на производителя, всяко лице, което внася в Общността продукт, който се продава, дава под наем, на лизинг или се разпространява по друг начин;
- Когато производителят на продукта не може да бъде открит, всеки дистрибутор на продукта се третира като производител, с изключение на случаите, когато той своевременно информира ощетеното лице за самоличността на производителя или лицето, което му е доставило продукта. Същото важи при внос на продукт, ако на него не е отбелязана самоличността на вносителя, дори ако е отбелязано името на производителя.

Директивите се отнасят до всякакъв вид движима собственост с изключение на първични селскостопански продукти и дивеч, дори когато последните са част от друг

²² Директива на Съвета 85/374/ЕИО от 25 юли 1985 г. за сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на отговорността за дефектна продукция, Официален протокол, 1985, L210, 7/8/1985. Поправки – 1988, 12/11/1988. Ревизирана чрез Директива 1999/34/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 10 май 1999г., Официален протокол, 1999, L141, 4/6/1999.

продукт. Същото се отнася и до електричеството. Ревизираната през 1999 г.²³ директива включва първични селскостопански продукти и дивеч като по този начин се изключва всякаква възможност за спекулации.

Ощетеното лице е длъжно да приведе доказателства за:

1. вредата
2. дефекта в продукта
3. причинно-следствената връзка между дефекта и вредата.

Както вече бе споменато, директивата формулира принципа за отговорност без вина, затова не е необходимо вината или небрежността на производителя да бъдат доказвани.

Според тази директива даден продукт се разглежда като дефектен ако не осигурява на потребителя безопасността, която той има право да очаква, с оглед на всички обстоятелства като:

- представяне на продукта
- функцията, която се предполага, че изпълнява
- времето, когато продуктът е пуснат в обръщение.

Фактът, че в следствие на пазара може да бъде пуснат по-добър продукт, не се взема предвид при определяне дефектността на продукта.

Производителят не носи никаква отговорност ако докаже:

- Че не той е пуснал продукта в обръщение;
- Че е възможно дефектът, който е причинил вреда, да не е съществувал по времето, когато продуктът е бил пуснат в обръщение от него, и че този дефект е възникнал впоследствие;
- Че нито е произвел продукта с цел продажба или какъвто и да е вид дистрибуция с търговска цел, нито го е произвел или разпространил в процес на търговската си дейност;
- Че дефектът се дължи на съответствието на продуктът със задължителните разпоредби на публичните власти;
- Че научно-техническото познание в момента, когато е пуснал продукта в обръщение, не е било такова, че да бъде открито съществуването на дефекта;
- При производство на съставка, че дефектът се дължи на дизайна на продукта или инструкциите на производителя за неговата употреба;

Отговорността на производителя не е по-малка в случаите, когато вредата е причинена както от дефект в продукта, така и от небрежност от страна на трето лице.

Въпреки това, когато вината е на ощетеното лице, отговорността на производителя може да бъде намалена.

“Вредите” биват:

- Вреди, причинени от смърт или физическо нараняване;

²³ Директива 1999/34/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 10 май 1999 г., която внася поправки в Директива на Съвета 85/374/ЕИО относно сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки по отношение на съдебната отговорност за дефектни продукти.

- Вреди или разрушаване на имуществото, предназначено за лична консумация или употреба, различно от самия дефектен продукт, с цена по-малка от 500 евро;

Отговорността на производителя по отношение на ощетеното лице не може да бъде ограничена или изключена от клауза по договора, която ограничава или изключва отговорността му.

Страните-членки имат право да въведат ограничения за общата отговорност на производителя за вреди, които водят до смърт или физическо нараняване, причинено от употребата на еднакви продукти с един и същи дефект. Ограничението не може да бъде под 70 милиона евро.

11. Обща безопасност на продукта.²⁴

Целта на тази директива е да гарантира, че продуктите на пазара са безопасни. Като такава, тя се нарича “хоризонтална” директива, която въвежда общо изискване за икономическите агенти да представят само безопасни продукти на пазара, тъй като е много трудно Общността да приема законодателни норми за всеки продукт, който съществува или може да бъде разработен. Това означава също и че при липса на по-конкретни разпоредби по безопасността в рамките на законодателството на Общността се прилагат разпоредбите по тази директива.

Принципът, който директивата налага на производителите, е че те са длъжни да представят само безопасни продукти на пазара. Директивата, която има несъмнен превантивен характер, възлага на страните-членки отговорността по надзора.

Директивата се отнася предимно до потребителски продукти. Тя не се отнася до стоки втора употреба, които се разпространяват като антикварни предмети, за продукти, които подлежат на ремонт или възстановяване преди да влязат в употреба, в случай че доставчикът изрично информира за това лицето, на което доставя продукта.

“Безопасен продукт” е всеки продукт, който при нормални условия на употреба или при начин на употреба, който е разумно да се очаква, включително и продължителността ѝ, не представлява никакъв или само минимален риск, който отговаря на функцията му и се смята за приемлив и съвместим с високата степен на защита на безопасността и здравето на лицата, които вземат предвид следното:

- Характеристиките на продукта, включително състав, опаковка, инструкции за сглобяване и поддръжка;
- Ефектът му върху други продукти, когато е разумно да се очаква, че той ще бъде използван заедно с други продукти;
- Представянето на продукта, етикирането, инструкции за употреба и изхвърляне и всякакъв друг вид означение или информация, осигурена от производителя;
- Потребителските категории, които са изложени на сериозен риск при употреба на продукта, особено деца.

Директивата дава подробна дефиниция на термина “производител”:

- Лицето, което изготвя продукта, когато се намира в Общността, или всяко друго лице, което се представя за производител като поставя на продукта името си, търговската си марка или друг отличителен белег, както и лицето, което ремонтира продукта;

²⁴ Директива на Съвета 92/59/ЕИО от 29 юни 1992 г. за обща безопасност на продукта, Официален протокол, 1992 г., L228, 11/8/1992.

- Представител на производителя, когато последният не се намира в Общността или когато няма представител в Общността, вносителят на продукта;
- Други специалисти във веригата на снабдяване, доколкото дейностите им могат да засегнат характеристиките на безопасност на продукт, който се предлага на пазара;

Презумпция за безопасност: по презумпция един продукт се смята за безопасен ако отговаря на конкретните разпоредби на Общността относно неговата безопасност. При липсата на такива разпоредби, продуктът трябва да отговаря на конкретните държавни разпоредби за безопасността и здравето, приложими преди представянето му на пазара на страната-членка, в която се продава. При липса на норми на Общността и държавата, оценката на съответствието на продукта се прави по отношение на:

- незадължителните държавни стандарти, чрез които се въвежда европейски стандарт;
- технически характеристики на Общността, когато има такива;
- стандартите, изготвени от страната-членка, където се продава продуктът;
- възприетите правила за добра практика по отношение на здравето и безопасността в съответния сектор;
- технологичното равнище и безопасността, която е разумно потребителите да очакват

Други задължения на производителите и дистрибуторите.

Освен задължението да представят само безопасни продукти на пазара, те са длъжни, в рамките на конкретните им дейности, да спазват следните задължения:

- Да предоставят на потребителите адекватна информация, с помощта на която те могат да оценят рисковете, заложи в даден продукт, в продължение на нормален и разумно очакван срок на употреба в случаите, когато рискът не веднага става очевиден без съответните предупреждения, и с помощта на която те могат да вземат мерки срещу тези рискове.
- Да вземат мерки, които отговарят на характеристиките на доставяния от тях продукт, за да могат да получат информация за рисковете, заложи в него, и да предприемат съответните действия, включително, при необходимост, изтегляне на продукта от пазара с цел избягване на тези рискове. Мерките включват например обозначаване на продукта или опаковките по начин, по който той може да бъде разпознат, вземане на проби, разследване на направените оплаквания, информиране на дистрибуторите относно тези мерки.

Дистрибуторите (тоест всички професионалисти в дистрибутивната верига, чиято дейност не засяга характеристиките на безопасност на продукта) трябва да проявяват необходимото внимание и грижа, за да помогнат за гарантиране на общите изисквания за безопасност на продукта, особено чрез незакупуване на продукти, за които знаят или могат да очакват, на основата на информацията, която притежават, и професионалният си опит, че тези продукти не отговарят на изискванията за безопасност. По-точно, в рамките на конкретната им дейност, те са длъжни да участват в контрола върху безопасността на продуктите, които се предлагат на пазара, особено чрез предаване на информация за рисковете, свързани с продукта, и сътрудничество при взимане на мерки за избягване на тези рискове.

Директивата съдържа непълен списък с мерките, които страните-членки са длъжни да предприемат, за да приведат в сила спазването на изискването за обща безопасност:

- Организиране на необходимите проверки на характеристиките на безопасност на продукта, дори след представянето му на пазара като безопасен, до крайния стадий на употребата или консумацията му;
- Изискване към заинтересованите страни за предоставяне на цялата необходима информация;
- Вземане на проби от продукта или производствената линия и подлагането им на проверки;
- Предварителни изисквания към представяния на пазара продукт, чиято цел е да гарантират безопасността му, а също изискване за обозначаване на подходящи предупреждения върху продукта по отношение на рисковете, заложиени в него;
- Вземане на мерки, които гарантират, че лицата, които могат да се изложат на риск чрез употреба на продукта, са информирани своевременно и по подходящ начин относно въпросния риск чрез обнародване на специални предупреждения и по други начини.
- Временна забрана за представяне, доставка или предложение за доставка на продукт или партида продукти за периода на извършване на проверка винаги, когато има точно и ясно указание за това, че продуктът е опасен.
- Забрана за лансиране на продукт или партида от този продукт на пазара ако има доказателства за това, че той е опасен, както и допълнителни мерки, които са нужни, за да се гарантира, че забраната се спазва.
- Организиране на ефективно и незабавно изтегляне на опасния продукт или партида продукт от пазара и – в случай, че това е необходимо – унищожаване на продукта в подходящи условия.

Тези мерки може да са насочени към:

- Производителя;
- дистрибуторите, в границите на отговорността за съответната им дейност, и особено дистрибуторите в началото на дистрибутивната верига, които внасят продукта в държавата;
- всяко друго лице, ако е необходимо;

Общ вид

Предложение за създаване на директива от страна на Европейския парламент и Комисията от 15 юни 2000 г. за обща безопасност на продукта.²⁵ Следвайки отчета на комисията за опита, придобит след въвеждане на директивата 92/59/ЕИО, това предложение цели да ревизира директивата.

Новата директива обхваща някои услуги и продукти, които не са предназначени за потребители. Задълженията на производителите и дистрибуторите се увеличават и формулират по-ясно. Между другото се изясняват следните въпроси: връзката между директивата и секторното законодателство на Общността, предаването, обмяната и конфиденциалността на информацията, действията на Общността при непосредствени рискови ситуации.

²⁵ не е публикувано в Официалния протокол

12. Опасни имитации.²⁶

Директивата забранява лансирането, вноса, а също производството или износа на продукти, които могат да бъдат сбъркани с хранителни продукти и затова застрашават здравето и сигурността на потребителя. Целта на директивата е сближаване на законите на страните-членки в тази област.

По-конкретно директивата се отнася до продукти, които не са хранителни вещества, но имат форма, миризма, цвят, външен вид, опаковка, етикет, или размер на такива и затова съществува опасност потребителите, особено децата, да ги объркат с хранителни продукти и да ги поставят в устата си, да ги вдишат или погълнат, като се подложат на риск от задушаване, отравяне, перфорация и разрушаване на храносмилателните органи или други.

13. Продажба на потребителски стоки и прилежащи гаранции.²⁷

Целта на тази директива е сближаване на законите, нормативните актове и административните разпоредби на страните-членки върху някои аспекти на продажбата на потребителски стоки и прилежащите гаранции с оглед постигане на унифицирано минимално ниво на защита в контекста на пазара на Общността чрез създаване на обща минимална рамка на потребителски закони, валидни за цялата Общност. Тъй като основният източник на конфликти между потребителите и търговците е несъответствието на стоките с формулировките в договора, целта на директивата е сближаване на държавното законодателство, което регламентира продажбата на стоки в това отношение.

Както повечето директиви, свързани със защита на потребителя, тя се отнася до продажбата на потребителски стоки на потребител в смисъл на физическо лице, което не действа с търговска или професионална цел.

Като потребителска стока се определя всеки материален движим артикул с изключение на:

- стоките, които се продават при изпълнение на или съгласно даден закон;
- вода и газ, когато не се продават в ограничени или предварително определени количества;
- електричество;
- страните-членки могат да включат в този списък и стоките втора употреба, които се продават на потребителски търгове, в случай че потребителите могат да присъстват лично на търга.

Освен това директивата се отнася и до договорите за доставка на още непроизведени потребителски стоки.

Според тази директива търговците са длъжни да доставят на потребителя само стоки, които са в съответствие с договора за продажба.

²⁶ Директива на Съвета 87/357/ЕИО за сближаване законите на страните-членки по отношение на продукти с подвеждащ външен вид, които застрашават здравето и сигурността на потребителя, Официален протокол, 1987 г., L192.

²⁷ Директива 99/44/ЕО върху някои аспекти на продажбата на потребителски стоки и прилежащи гаранции, Официален протокол, 1999 г., L171, 7/7/1999.

Потребителските стоки по презумпция са в съответствие с договора за продажба ако в момента на доставянето им:

- те отговарят на описанието на търговеца и притежават същите характеристики като тези стоки, които търговецът е показал на потребителя в качеството на образец или пример;
- са годни за целта, за която са поръчани от потребителя, за която е информирал търговеца при сключване на договора за продажба и с която търговецът се е съгласил;
- са годни за целта, за която обикновено се използват стоките от същия вид.
- имат качеството и функциите, които са характерни за стоките от същия вид, и които потребителят може да очаква като се има предвид естеството на стоките и с оглед на всяко публично твърдение относно техните особености, направено от търговеца, производителя или неговия представител, особено при реклама или въз основа на обозначенията на етикета.

Търговецът не носи отговорност за публичните твърдения, направени от производителя или негов представител, ако:

- докаже, че не е знаел или не е могъл да знае за въпросното твърдение;
- докаже, че в момента на сключване на договора твърдението е било коригиран;
- докаже, че решението за закупуване на потребителската стока не е повлияно от това твърдение.

Всяко несъответствие, произтичащо от неправилно инсталиране на потребителската стока, се разглежда като несъответствие на стоката с формулировките на договора ако инсталирането е част от договора за продажба на стоките и стоките са инсталирани от търговеца или под негов контрол. Това важи и за случаите, когато продуктът е инсталиран погрешно от потребителя и грешката се дължи на недостатък в инсталационните инструкции.

Търговецът носи отговорност за всяко несъответствие, което е съществувало още при доставка на стоката и което си проличава в срок до две години след доставката, с изключение на случаите, когато при сключване на договора потребителят е знаел или се предполага, че не е могъл да не знае за това несъответствие.

По презумпция се предполага, че всяко несъответствие, което става очевидно до шест месеца след доставка на стоката, е съществувало още по времето на доставката ѝ, с изключение на случаите, когато:

- презумпцията е несъвместима с естеството на стоката или природата на несъответствието;
- има доказателства за обратното.

Както вече бе споменато, търговецът носи отговорност пред потребителя за всяко несъответствие, което съществува още в момента на доставка на стоката. Когато търговецът бива уведомен за такова несъответствие, потребителят има право да настоява за:

- безплатно привеждане на стоката в съответствие с договора чрез ремонт или замяна в разумен срок и без това да му причини сериозно неудобство;
- Ако ремонтът или замяната е невъзможна или непропорционална или ако търговецът не е поправил недостатъка в разумен срок от време и без да причинява сериозно неудобство на потребителя, последният има право да настоява за отстъпка от цената или анулиране на договора.

Потребителят няма право да изисква анулиране на договора ако несъответствието е минимално.

Страните-членки могат да регламентират също и това, че за да се възползва от правата си, потребителят е длъжен да информира търговеца за несъответствието в срок до два месеца от датата, когато е забелязал несъответствието.

Когато крайният продавач носи отговорност пред потребителя за несъответствие, което се дължи на грешка или небрежност от страна на производителя, друг търговец от същата договорна верига или друг посредник, крайният продавач има право да повдигне иск срещу отговорното лице или лица в договорната верига според нормите на държавното законодателство (право на обезщетение).

Търговската гаранция поражда отговорност съгласно условията, формулирани в гаранционната карта и рекламата. Гаранцията трябва да:

- информира потребителя, че той има законни права съгласно държавното законодателство, което регламентира продажбата на потребителски стоки, и че тези права не зависят от гаранцията;
- да формулира по ясен и достъпен начин гаранционните условия и основните изисквания за спазването им, например трайност и териториална валидност на гаранцията, както и името и адреса на гаранта.

При поискване от страна на потребителя, гаранцията трябва да бъде предоставяна в писмен вид или чрез друго достъпно за него средство, което подлежи на съхранение. В собствените си териториални граници страната-членка, в която се продават потребителските стоки, може да регламентира изготвянето на гаранцията на два или повече от официалните езици на Общността.

.....
•