

Закон о защите прав потребителей в Республике Болгария

Вступает в силу с 10.06.2006 г.

Обн. ГГ. 99/9 Декабрь 2005, изм. ГГ. 30/11 Апрель 2006, изм. ГГ. 51/23 Июнь 2006, изм. ГГ. 53/30 Июнь 2006, изм. ГГ. 59/21 Июль 2006, изм. ГГ. 105/22 Декабрь 2006, изм. ГГ. 108/29 Декабрь 2006, изм. ГГ. 31/13 Апрель 2007, изм. ГГ. 41/22 Май 2007, изм. ГГ. 59/20 Июль 2007, изм. ГГ. 64/7 Август 2007, изм. ГГ. 36/4 Апрель 2008, изм. ГГ. 102/28 Ноябрь 2008, изм. ГГ. 23/27 Март 2009, изм. ГГ. 42/5 Июнь 2009, изм. ГГ. 82/16 Октябрь 2009, изм. ГГ. 15/23 Февраль 2010, изм. ГГ. 18/5 Март 2010

Оглавление

| | |
|---|----|
| Закон о защите прав потребителей в Республике Болгария | 1 |
| Глава первая. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ..... | 2 |
| Глава вторая. ИНФОРМАЦИЯ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМАЯ ПОТРЕБИТЕЛЮ..... | 3 |
| Раздел I. Общее обязательство по предоставлению информации..... | 3 |
| Раздел II. Этикетки на товарах..... | 3 |
| Раздел III. Указания о потреблении товаров..... | 4 |
| Раздел IV. Обозначение цен товаров и услуг..... | 4 |
| Глава третья. ВВОДЯЩАЯ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ И СРАВНИТЕЛЬНАЯ РЕКЛАМА (ЗАГЛ. ИЗМ. - ГГ, НОМ. 64 ЗА 2007 Г., ВСТУПАЕТ В СИЛУ С 08.09.2007 Г.) | 6 |
| Раздел I. Общие положения | 6 |
| Раздел II. Реклама, вводящая в заблуждение (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)..... | 7 |
| Раздел III. Непочтенная реклама (Отм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.)..... | 7 |
| Раздел IV. Сравнительная реклама (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)..... | 7 |
| Глава четвертая. ТОРГОВЫЕ ПРАКТИКИ И СПОСОБЫ ПРОДАЖИ | 7 |
| Раздел I. Договор, заключенный вне торгового объекта..... | 7 |
| Раздел II. Договор о продаже на расстоянии..... | 8 |
| Раздел III. Способы продажи | 11 |
| Раздел IV. Нелояльные торговые практики (Новый- ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) | 12 |
| Глава пятая. БЕЗОПАСНОСТЬ И КАЧЕСТВО ТОВАРОВ И УСЛУГ | 17 |
| Раздел I. Общая безопасность товаров и услуг..... | 17 |
| Раздел II. Гарантия потребительского товара | 24 |
| Раздел III. Рекламации | 27 |
| Раздел IV. Ответственность за нанесенный ущерб, причиненный дефектом товара | 28 |
| Глава шестая. НЕРАВНОПРАВНЫЕ КЛАУЗУЛЫ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ДОГОВОРАХ..... | 29 |
| Глава седьмая. ДОГОВОР О ПРИОБРЕТЕНИИ ЧАСТИЧНОГО ПРАВА НА ПОЛЬЗОВАНИЕ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА ЗА ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ПЕРИОД..... | 32 |
| Глава восьмая. ОРГАНЫ И ОРГАНИЗАЦИИ ПО ЗАЩИТЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ..... | 35 |
| Раздел I. Административные органы по защите потребителей..... | 35 |
| Раздел II. Общества потребителей..... | 37 |

| | |
|--|----|
| Раздел III. Национальный совет по защите потребителей..... | 38 |
| Глава девятая. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СПОРЫ | 39 |
| Раздел I. Потребительские жалобы и сигналы | 39 |
| Раздел II. Комиссии по перемирию | 40 |
| Раздел III. Средства для коллективной защиты потребителей. Иски о приостановлении нарушений и о возмещении потребителей..... | 41 |
| Глава десятая. КОНТРОЛЬ | 43 |
| Глава одиннадцатая. ПОЛОЖЕНИЯ ОБ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ..... | 45 |
| Дополнительные положения..... | 48 |
| Переходные и заключительные положения | 52 |

Глава первая.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Ст. 1. (1) Настоящий закон регламентирует защиту потребителей, полномочия государственных органов и деятельность обществ потребителей в этой области.

(2) Цель настоящего закона обеспечить защиту следующих основных прав потребителей:

1. право на информацию о товарах и услугах;
2. право на защиту против рисков от приобретения товаров и услуг, которые могут угрожать жизни, здоровью или их имуществу;
3. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) право на защиту их экономических интересов при приобретении товаров и услуг при нечестных торговых практиках и способах продажи, неравноправных договорных условиях и предоставлении гарантий на товары;
4. право на возмещение нанесенного ущерба, причиненного дефектом товаров;
5. право на доступ к судебным и внесудебным процедурам о разрешении потребительских споров;
6. право на образование по вопросам, относящимся к их защите;
7. право на создание общества с целью защиты их интересов;
5. право на представительство перед государственными органами, принимающими решения по вопросам, которые относятся к ним.

Ст. 2. При проведении государственной политики в отдельных отраслях и секторах экономики органы исполнительной власти принимают во внимание и интересы потребителей.

Ст. 3. (1) Права, предоставляемые потребителям настоящим законом, не могут быть ограничены. Любая договоренность, которой предварительно исключаются или ограничиваются их права, является недействительной.

(2) Отказ от прав, предоставленных потребителям настоящим законом, является недействительным.

(3) (*) Любая клаузула в договоре, которая указывает применимость закона другого государства, которое не является членом Европейского союза, и клауза, которая исключает применение положений настоящего закона или закона государства, являющегося членом Европейского союза, является ничтожной.

Глава вторая. ИНФОРМАЦИЯ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМАЯ ПОТРЕБИТЕЛЮ

Раздел I. Общее обязательство по предоставлению информации

Ст. 4. Торговец обязан предоставить потребителю, до приобретения товара или пользования услуги, подходящую информацию, позволяющую сделать ему свой выбор, которая включает:

1. все характеристики товара или услуги, которые должны быть известны потребителю, включая состав, упаковку, а также и инструкцию об использовании, укомплектовании и сохранении;
2. цену, количество, способ оплаты и другие договорные условия;
3. (отм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.);
4. опасности, связанные с обычным употреблением или сохранением товара или услуги;
5. условия употребления товара или услуги; влияния, которое он указывает на другие товары и услуги при эвентуальном совместном употреблении или пользовании;
6. условия и срок гарантии;
7. срок годности.

Ст. 5. (1) Торговец обязан предоставлять информацию о товаре или услуге в письменной форме или другим подходящим способом, который позволяет ее восприятие потребителем. Когда предоставляется в письменной форме, информация обязательно должна быть на болгарском языке и должна быть выражена в единицах величин Международной системы единиц SI.

(2) Информация должна быть верной, полной и разбираемой.

(3) (отм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.)

Ст. 6. Торговец должен определить специально обозначенные места, отделенные от мест остальных товаров в торговом объекте, и предварительно должен информировать подходящим способом потребителей, когда предлагает:

1. бывшие в употреблении товары;
2. не пищевые товары с истекшим сроком годности, чья продажа не угрожает жизни и здоровью потребителей;
3. товары с отклонением от предварительно объявленных показателей, продажа которых не угрожает жизни и здоровью потребителей;
4. товары, являющиеся предметом распродажи.

Ст. 7. Торговец не освобождается от обязательств по ст. 4 – 6 даже когда он не получил необходимую информацию от доставщика или производителя.

Ст. 8. (1) Торговец обязан установить у входа в свой торговый объект следующую информацию:

1. фирма и юридический адрес торговца;
2. фамилия, имя и отчество лица, отвечающего за объект;
2. рабочее время торгового объекта.

(2) Если торговый объект закрыт, торговец объявляет об этом на том же месте, на котором указывается рабочее время.

(3) Объявленное рабочее время является обязательным для торговца.

Раздел II.

Этикетки на товарах

Ст. 9. (1) Торговец обязан предлагать потребителям товары с этикетками на болгарском языке или в том числе на болгарском языке, за исключением случаев, когда информация по абз. 2 может быть предоставлена посредством использования широко распространенных символов, как пиктограммы и другие знаки, которые понятны потребителям, или посредством использования наименований о происхождении товаров, которые общеизвестные.

(2) Этикетка обязательно включает в себя информацию о производителе и импортере, если товар импортный, о виде товара, о его существенных характеристиках, о сроке годности и об условиях его сохранения и, если это необходимо, об указании к употреблению.

(3) Информация, содержащаяся на этикетке, должна быть разбираемой, доступной, ясной, легко различаемой и не должна быть подводящей.

(4) Торговец не имеет права устранять или изменять этикетку, маркировку или другую информацию, указанную производителем или импортером, если этим своим действием подведет потребителей.

(5) При предложении товаров кроме этикеток могут использоваться и другие средства для информирования потребителей, которые должны пояснять и дополнять данные этикетки, если это требуется Распоряжениями согласно ст. 12.

Ст. 10. (1) Товары, пакетированные или упакованные предварительно, должны содержать информацию об их количестве, которая должна быть обозначена на упаковке, а при отсутствии таковой – на самом товаре.

(2) Производитель или лицо, пакетировавшее или упаковавшее товар, несет ответственность за указание количества, а когда товар импортированный – за предоставление этой информации отвечает импортер.

(3) Когда количество товара, пакетированного или упакованного предварительно, не указано производителем, импортером или лицом, пакетировавшим или упаковавшим товар, торговец обязан указать количество на товаре, на его упаковке или на табличке, поставленной непосредственно вблизи товара.

Ст. 11. Если товар не позволяет наклеивание этикетки, торговец обязан предоставить потребителю в письменной форме данные согласно ст. 9, абз.2 другим подходящим способом или посредством предоставления соответственных документов.

Ст. 12. Совет министров принимает распоряжения о:

1. требованиях к отдельным группам товаров, к их этикетированию и/или к методам исследования их основных характеристик;
2. товарах, имитирующих еду.

Раздел III.

Указания о потреблении товаров

Ст. 13. (1) Товары, чье потребление требует наличие технических познаний, товары, содержащие опасные вещества, или товары, чье потребление предполагает наличие специальных умений или соблюдение специальных требований по безопасности, должны быть вместе с указаниями об их потреблении, составленными производителем.

(2) Указания о потреблении товаров содержат информацию, необходимую потребителям для правильного и безопасного использования и инсталлирования, связывания, поддержки или сохранения товаров. При необходимости указания об использовании содержат список с составными частями и деталями товара.

(3) Производитель, торговец и любое другое лицо, которое предоставляет на рынке импортный товар по абз. 1, обязано обеспечить указания об его потреблении на болгарском языке.

Ст. 14. При запросе потребителя и когда товар позволяет это, торговец обязан указать способ его действия.

Раздел IV.

Обозначение цен товаров и услуг

Ст. 15. (1) (Доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Каждый торговец предварительно помещает на видном месте непосредственно вблизи товара его продажную цену.

(2) Цены продаж товаров, предлагаемые посредством каталогов, должны быть указаны возле фотографии или описания товара.

Ст. 16. Цена продажи и цена за единицу измерения товаров и услуг не должны быть двусмысленными, должны быть понятны, ясно и отчетливо написаны и не должны вводить в заблуждение.

Ст. 17. В случаях, когда цена продажи товара или услуги составлена из отдельных элементов с соответствующими ценами продаж, сумма цен продаж должна быть написана ясно и точно как конечная цена.

Ст. 18. Торговец может предварительно информировать потребителя о своей готовности договариваться о скидке от размера объявленной цены или от некоторых ее объявленных элементов.

Ст. 19. (1) Цена товара должна указываться в левах.

(2) Цена объявляется за соответствующую единицу измерения и расфасовку, если она отличается от нее, или за количество.

(3) (отм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.)

(4) В торговском объекте объявленная продажная цена и цена за единицу измерения должны включать:

1. налог на добавленную стоимость (НДС) и все другие дополнительные налоги и пошлины, и
2. цену всех товаров и услуг, которые должны быть оплачены дополнительно потребителем, в случаях, когда они обязательно должны быть проданы или осуществлены торговцем.

(5) Объявление различных цен за один и тот же вид товара в торговом объекте запрещено, за исключением случаев согласно ст. 6.

Ст. 20. (1) Торговец обязан одновременно обозначить продажную цену и цену за единицу измерения предлагаемых в торговом объекте товаров посредством этикеток, прайс-листов, табличек или другим подходящим способом. Когда вид товара позволяет наклеивание этикетки, продажная цена может быть обозначена на этикетке.

(2) Не подлежит обозначению продажная цена:

1. товаров, которые прилагаются при осуществлении услуги;
2. товаров, продаваемых на торгах и/или аукционе;
3. античных товаров и произведений искусств.

(3) Цена за единицу измерения не обозначается, если она идентична с продажной ценой.

Ст. 21. Любая реклама товаров, которая указывает их продажную цену, должна указать и цену за единицу измерения.

Ст. 22. (1) За товары, которые предлагаются в упаковке, цена за количество и цена за единицу измерения указываются на упаковке, а если это невозможно, непосредственно вблизи товара.

(2) При предложении предварительно упакованных товаров обозначенные продажная цена и цена за единицу измерения относятся к нетто веса товара.

(3) При продаже товаров, предлагаемых в общей упаковке, торговцы могут обозначить только продажную цену.

Ст. 23. В отношении товаров, которые продаются в насыпном состоянии, обозначается только цена за единицу измерения.

Ст. 24. (1) Каждый торговец, который предлагает услуги потребителям, обязан предварительно обозначить продажные цены предлагаемых им услуг посредством прайс-листа, поставленного на видном месте в торговом объекте. В случаях, когда установка прайс-листа неудобна из-за объема предлагаемых услуг, допустимо составление прайс-листа в виде брошюры, которая предоставляется каждому потребителю до осуществления услуги и при ее оплате.

(2) Прайс-лист не должен быть двусмысленным и должен быть легко читаем и разбираем.

(3) Требования абз. 1 не применяются в случаях согласно ст. 26.

Ст. 25. (1) Когда услуга предлагается вне торгового объекта, торговец должен информировать потребителя о цене услуги.

(2) Когда услуга предлагается в торговом объекте, торговец должен указать цену понятным способом и место, которое хорошо видно вне торгового объекта.

Ст. 26. (1) Когда потребитель желает получить услугу, различающуюся от обычно предлагаемых торговцем услуг, торговец может предложить ему оферту, при этом цена договаривается индивидуально.

(2) Оферта должна включать:

1. имя и адрес торговца;

2. вид и характер услуги, которая должна быть предоставлена, и эвентуальные доставки, которые должны быть осуществлены;

3. продажная цена или цена, составленная на основании параметров, связанных с видом услуги, которые потребитель указал;

4. срок действия оферты.

(3) Если оферта не бесплатна, потребитель должен быть информирован о ее цене до ее составления.

Ст. 27. (1) Продажная цена услуги указывается в левах.

(2) Продажная цена услуги включает НДС и все другие налоги и пошлины, причитающиеся от потребителя, а также и цену всех товаров и услуг, которые должны быть оплачены дополнительно потребителем.

(3) Обозначение различных цен за одну и ту же услугу в торговом объекте запрещено. Если вопреки этому указаны различные цены за одну и ту же услугу, потребитель платит цену, которая ниже.

Ст. 28. Лица, осуществляющие торговую деятельность с платными автостоянками и гаражами, обязаны объявлять цены на стояночные места на видном месте для потребителей непосредственно у въезда.

Ст. 29. Лица, осуществляющие торговую деятельность в автозаправочных и газозаправочных станциях, обязаны поставить таблички с ценами предлагаемого ими горючего таким способом, чтобы они были видны водителями, которые едут по дороге, со стороны, на которой построена автозаправочная или газозаправочная станция.

Ст. 30. Торговец должен издавать документ об осуществленной продаже, в котором должны быть, по меньшей мере, данные о дате продажи, виде товара или услуги и о цене.

Ст. 31. (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма издает Распоряжения о порядке предоставления информации потребителям и об обозначении цен определенных видов товаров или услуг.

Глава третья.

ВВОДЯЩАЯ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ И СРАВНИТЕЛЬНАЯ РЕКЛАМА (ЗАГЛ. ИЗМ. - ГГ, НОМ. 64 ЗА 2007 Г., ВСТУПАЕТ В СИЛУ С 08.09.2007 Г.)

Раздел I.

Общие положения

Ст. 32. (Изм. – ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 33. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 34. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 35. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 36. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 37. Ст. 37. (Изм. – ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Раздел II.

Реклама, вводящая в заблуждение (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 38. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Раздел III.

Непочтенная реклама (Отм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.)

Ст. 39. (Отм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.)

Раздел IV.

Сравнительная реклама (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 40. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 41. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 42. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Глава четвертая.

ТОРГОВЫЕ ПРАКТИКИ И СПОСОБЫ ПРОДАЖИ

Раздел I.

Договор, заключенный вне торгового объекта

Ст. 43. (1) Договор, заключенный вне торгового объекта, - это договор между торговцем и потребителем о доставке товаров или услуг, заключенный:

1. при посещении торговцем рабочего места потребителя, в доме потребителя или в доме другого потребителя, когда посещение специально не запрошено потребителем;
2. во время поездки, организованной торговцем.

(2) Торговцем по абз. 1 является любое физическое или юридическое лицо, которое заключает договора вне торгового объекта как часть своей торговой или профессиональной деятельности, а также и любое лицо, уполномоченное осуществлять этот вид сделок от имени и в пользу торговца.

Ст. 44. Положения настоящего раздела применяются и в отношении:

1. договоров о доставке товаров или услуг, различных от тех, о которых потребитель специально заявил посещение торговца, когда при отправлении приглашения о посещении потребитель не знал и не мог знать, что доставка этих товаров или услуг является частью торговой или профессиональной деятельности торговца;
2. договоров, при которых предложение о заключении сделано потребителем при условиях по п. 1 и ст. 43, абз. 1, независимо от того, что потребитель не обязан предложением до его принятия торговцем;
3. предложений о заключении договора со стороны потребителя в случаях по п. 1 и ст. 43, абз. 1, когда потребитель обязан со сделанным предложением;
4. договоров о доставке товаров и об их включении в недвижимое имущество или договоров о ремонте недвижимого имущества.

Ст. 45. Положения настоящего раздела не применяются в отношении договора:

1. стоимостью ниже 120 лв.;
2. о строительстве, продаже, аренде недвижимого имущества и договоров с предметом других прав на недвижимое имущество;
3. о постоянной доставке пищевых товаров, напитков или других домашних товаров постоянного потребления;
4. о доставке товаров и услуг при одновременном наличии следующих условий:
 - а) заключен по каталогу, с которым у потребителя была возможность ознакомиться в отсутствии представителя торговца;

- б) предвидит продолжение контрактов между потребителем и представителем торговца в связи с этой или с будущей сделкой;
 - в) каталог и договор содержат информацию о праве потребителя вернуть товар торговцу в срок, который не меньше 7 дней, считая со дня его получения, или может отказаться от договора в течение этого периода, при этом с него не причитается ничего, кроме сохранения товаров с заботой добросовестного хозяина;
- 5. о страховке;
 - 6. с предметом ценных бумаг.

Ст. 46. (1) При договорах, заключенных вне торгового объекта, торговец обязан уведомить потребителя о его праве отказаться от договора, а также должен указать имя и свой адрес и способ осуществления этого права.

(2) Информация по абз. 1 предоставляется потребителю в письменной форме и должна содержать необходимые элементы, позволяющие индивидуализировать договор, и дату, когда потребитель был уведомлен о его праве отказаться от договора.

(3) Информация по абз. 1 предоставляется потребителю, как следует:

- 1. в случаях по ст. 43, абз. 1 – при заключении договора;
- 2. в случаях по ст. 44, п. 1 – не позже заключения договора;
- 3. в случаях по ст. 44, п. 2 и 3 – при отправлении предложения потребителю о заключении договора.

Ст. 47. (1) Потребитель может отказаться в письменном виде от заключенного вне торгового объекта договора, при этом он не должен платить возмещение или неустойки, уведомив торговца о своем отказе в 7-дневный срок со дня, в который он получил информацию по ст. 46, абз. 1.

(2) Потребитель освобождается от своих обязательств, происходящих от договора, заключенного вне торгового объекта, от даты уведомления торговца согласно абз. 1.

(3) Когда торговец не предоставил потребителю информацию по ст. 46, абз. 1, срок по отказу от договора равен трем месяцам от даты заключения договора.

Раздел II.

Договор о продаже на расстоянии

Ст. 48. (1) Договором о продаже, заключенном на расстоянии, считается любой договор, заключенный на основании предложения со стороны доставщика потребителю как часть системы о продаже товаров или предоставления услуг, при которой с даты отправления предложения до заключения договора стороны физически не имеют контакта.

(2) Доставщиком по абз. 1 является любое физическое или юридическое лицо, которое в рамках своей торговой или профессиональной деятельности заключает договор о продаже на расстоянии с потребителем.

(3) При отправлении предложения со стороны доставщика и заказа со стороны потребителя о продаже на расстоянии используются средства коммуникации на расстоянии, как следует:

- 1. адресованные и неадресованные печатные материалы;
- 2. стандартное письмо;
- 3. реклама в прессе с талоном заказа;
- 4. каталог;
- 5. телефон (с или без участия человека);
- 6. радио;
- 7. телевидение;
- 8. видеотелефон;
- 9. видеотекст;
- 10. компьютер;
- 11. электронная почта;
- 12. Интернет;
- 13. факс.

(4) Средством коммуникации на расстоянии является и любое другое средство вне указанных в абз. 3, которое может использоваться для заключения договора о продаже на расстоянии.

Ст. 49. (1) Предварительное согласие потребителя требуется при использовании следующих технических средств со стороны доставщика:

1. автоматизированная система для звонков без человеческого вмешательства;
2. факс;
3. электронная почта.

(2) Средства коммуникации на расстоянии, различные от указанных в абз. 1, которые дают возможность для осуществления индивидуальной коммуникации, используются доставщиком, когда потребитель не заявил специально о своем несогласии об их использовании.

Ст. 50. (1) Положения настоящего раздела не применяются в отношении договоров:

1. заключенных посредством использования автоматов для продажи или автоматизированных торговых помещений;
2. (изм. - ГГ, ном. 41 за 2007 г.) заключенных с предприятиями, предоставляющими общественные электронные услуги связи посредством использования таксофонов;
3. о строительстве и продаже недвижимого имущества или в отношении договоров с предметом других прав на недвижимое имущество за исключением договоров аренды.

(2) (новый - ГГ, ном. 105 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) Положения ст. 48 - 55 и ст. 58, 59 и 61 не прилагаются в отношении договоров о предоставлении финансовых услуг на расстоянии по основаниям, указанным в Законе о предоставлении финансовых услуг на расстоянии;

(3) (бывший - ГГ, ном. 105 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) Положения ст. 52, 54, 55 и 58 не прилагаются в отношении договоров:

1. о доставке пищевых товаров, напитков или других товаров для ежедневного потребления в доме потребителя по указанному им адресу или на его рабочее место при осуществлении постоянных доставок;
2. о предоставлении следующих услуг: размещение, транспорт, питание и услуги, связанные со свободным временем, при которых доставщик обязуется при заключении договора предоставить эти услуги в определенную дату или в рамках определенного срока.

Ст. 51. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Запрещается предложение и продажа посредством заключения договоров о продаже на расстоянии:

1. лекарств, пищевых добавок и гомеопатических продуктов;
2. других продуктов, представляемых как имеющих лечебное воздействие.

Ст. 52. (1) Доставщик должен до заключения договора предоставить своевременно потребителю следующую информацию:

1. имя и адрес доставщика;
2. основные характеристики товаров и услуг;
3. цену товаров или услуг с включенными всеми налогами и пошлинами;
4. стоимость почтовых или транспортных расходов, не включенных в цену товаров или услуг, связанных с их доставкой;
5. стоимость использования средства коммуникации на расстоянии, когда она исчисляется способом, различающимся от указанного в основном тарифе;
6. способ платежа, доставка и исполнение договора;
7. право потребителя отказаться от договора и условий, при которых товар может быть возвращен или услуга может получить отказ, за исключением случаев по ст. 55, абз. 2;
8. период, в течение которого сделанное предложение или цена остаются в силе;
9. минимальная продолжительность договора – при договорах о постоянной или периодической доставке товаров или услуг.

(2) Информация по абз. 1 должна быть предоставлена ясно и разбираемо в зависимости от вида использованного средства коммуникации, должна подчеркивать торговый характер предложения и должна быть в соответствии с принципом добросовестности при торговых сделках и хорошей торговой практике.

(3) При телефонных сообщениях доставщик обязан уведомить потребителя в начале разговора о своей личности и о торговой цели звонка.

Ст. 53. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) (1) Доставщик не имеет права принимать авансовый платеж, кроме как при конкретном согласии потребителя об этом.

(2) Абзац 1 не прилагается при предоставлении услуги информационного общества согласно смыслу, предусмотренному Законом об электронной торговле и при предоставлении электронных услуг связи согласно смыслу, предусмотренному Законом об электронной связи.

Ст. 54. (1) Доставщик подтверждает в письменной форме или на ином носителе информацию по ст. 52, абз. 1 не позднее доставки товара или исполнения договора.

(2) Информация, предоставленная потребителю в письменной форме, должна содержать:

1. имя доставщика и служебный адрес, на который потребитель может отправить жалобы;
2. право потребителя отказаться от заключенного договора, условия и способ осуществления этого права;

3. условия прекращения договора, когда он заключен на неопределенный срок или на срок, который дольше одного года;

4. данные о предоставляемых услугах после продаж и о предоставляемых гарантиях.

(3) Положения абз. 1, и абз. 2, п. 2, 3 и 4 не применяются в отношении услуг, исполнение которых осуществляется посредством использования средств коммуникации на расстоянии, когда эти услуги предоставляются однократно и фактурируются оператором средства коммуникации на расстоянии.

(4) Оператором средства коммуникации является любое физическое или юридическое лицо, чья торговая или профессиональная деятельность включает предоставление доставщику одного или нескольких средств коммуникации на расстоянии.

Ст. 55. (1) У потребителя есть право, при этом с него не причитаются возмещение или неустойка и без указания причины, отказаться от заключенного договора на расстоянии в срок 7-ми рабочих дней, считая от следующей даты:

1. от получения товара от потребителя, когда исполнены требования ст. 54 – в отношении товаров;

2. от заключения договора, а когда обязательства по ст. 54 выполнены после заключения договора – от дня их исполнения, но не позже срока по абз. 3 – в отношении услуг.

(2) Абзац 1 не применяется в отношении следующих видов договоров:

1. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) о предоставлении услуг, чье исполнение уже начато на основании специального согласия потребителя до истечения срока по абз. 1;

2. о доставке товаров и о предоставлении услуг, чья цена зависит от колебаний на финансовых рынках, которые доставщик не в состоянии контролировать;

3. о доставке товаров, сделанных согласно требованиям потребителя или по его индивидуальному заказу;

4. о доставке товаров, которые по причине своего естества не могут быть возвращены или подлежат быстрой порче, или существует опасность ухудшения их качественных характеристик;

5. о доставке аудио- и видеозаписей или программных продуктов, распечатанных потребителем;

6. о доставке газет, журналов и других периодических изданий;

7. об азартных играх и лотереях.

(3) Потребитель может использовать свое право отказа от заключенного договора на расстоянии о финансовых услугах в течение 14 дней.

(4) Когда доставщик не выполнит свои обязательства по ст. 54, потребитель имеет право отказаться от заключенного договора в течение 3 месяцев, считая от даты получения товара или от заключения договора о предоставлении услуги.

(5) Когда информация по ст. 54 предоставлена потребителю в рамках срока по абз. 4, срок по абз. 1 начинает течь от даты ее предоставления.

(6) Доставщик обязан восстановить потребителю в полном размере оплаченные им суммы не позже 30 дней, считая от даты, когда потребитель осуществил свое право на отказ от заключенного договора.

(7) Потребитель обязан сохранять полученные доставщиком товары, их качество и безопасность во время срока по абз. 1.

Ст. 56. (1) При закупке товаров или предоставлении услуг посредством использования кредита, предоставленного потребителю доставщиком или третьим лицом, у которого есть заключенный договор с доставщиком, договор о кредите прекращается, когда потребитель осуществит свое право на отказ от договора, заключенного на расстоянии.

(2) При прекращении договора о кредите по абз. 1 с потребителя не причитается неустойка или возмещение доставщику или лицу, предоставившему кредит.

(3) Любая договоренность между сторонами, которая противоречит положению абз. 2, является недействительной.

Ст. 57. (Отм. - ГГ, ном. 105 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.)

Ст. 58. Доставщик обязан исполнить договор, заключенный на расстоянии, не позже 30 дней, считая от даты, которая следует за датой отправления заказа потребителю доставщику посредством использования средства коммуникации на расстоянии, за исключением тех случаев, когда стороны договорились о различном сроке доставки.

Ст. 59. (1) Когда доставщик не может выполнить свое обязательство по договору по причине того, что он не располагает с заказанными товарами и услугами, он должен уведомить потребителя и восстановить оплаченные им суммы в срок до 30 дней от даты, когда доставщик должен был выполнить свое обязательство по договору.

(2) Доставщик может доставить потребителю товары или услуги с тем же качеством и ценой, когда эта возможность была специально предвидена до заключения договора или в самом договоре. В этом случае он уведомляет потребителя ясным и понятным способом об изменении в исполнении договора.

(3) Когда при условиях абз. 2 доставщик выполнит другое вместо причитающегося и потребитель осуществит свое право на отказ от заключенного договора, расходы по возврату товаров оплачиваются за счет доставщика, о чем потребитель должен быть уведомлен.

Ст. 60. (Отм. - ГГ, ном. 23 за 2009 г., в силу с 01.11.2009 г.)

Ст. 61. Доставщик должен доказать, что:

1. (изм. - ГГ, ном. 105 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) он исполнил свое доказательство по предоставлению информации потребителю по ст. 52, ст. 54 и ст. 59, абз. 1 и 2;

2. он получил согласие потребителя о заключении договора на расстоянии, и

3. он получил согласие потребителя на исполнение договора, если это необходимо.

Раздел III.

Способы продажи

Ст. 61а. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Положения настоящего раздела имеют целью защитить торговцев и потребителей от использования торговых способов продажи, предусмотренных ст. 62 - 68.

Ст. 62. (1) Доставка товаров или предоставление услуг потребителю за оплату без специального и предварительного заявления с его стороны запрещено.

(2) Когда потребитель получит товар или услугу, в отношении которого он не отправил специального и предварительного заявления, он не обязан восстановить товар и с него не причитается оплата товара или услуги лицу, которое отправило или предоставило этот товар.

(3) Отсутствие ответа со стороны потребителя не означает согласия с его стороны.

Ст. 63. Любое сообщение о снижении цен должно указывать:

1. товары и услуги или группу товаров и услуг, в отношении которых скидка действительна;

2. условия, при которых осуществляется снижение цен;

3. срок, в течение которого товары и услуги продаются со скидкой.

Ст. 64. Сообщение о скидке осуществляется одним из следующих способов:

1. при указании новой цены возле старой цены, которая зачеркнута, или

2. при указании "новая цена" и "старая цена", при этом после каждого из этих словосочетаний указана соответствующая сумма;

3. при указании процента скидки, при этом новая цена указывается возле старой цены, которая зачеркнута.

Ст. 65. (1) В любом сообщении о снижении цен должна быть указана старая цена, которую торговец применял в течение определенного периода до даты, с которой вступает в силу скидка.

(2) Старая цена – это цена, которую торговец применял в течение периода в срок не менее одного месяца до даты снижения цен.

(3) Абзац 2 не применяется в отношении пищи и других товаров, подлежащих быстрой порче.

Ст. 66. (1) Сообщение о снижении цен не может применяться за период в срок, который дольше одного месяца и короче одного рабочего дня.

(2) Сообщение о снижении цен может охватывать период, который дольше одного месяца, но не более 6 месяцев, в следующих случаях:

1. при полной или частичной распродаже наличия товара при продаже торгового объекта;
2. при полной или частичной распродаже наличия товара в торговом объекте при частичном приостановлении торговой деятельности торговца, при условии, что это основание не было использовано в течение последних трех лет;
3. при осуществлении переустройства или строительных работ в торговом объекте со сроком свыше 30 рабочих дней;
4. при передаче предприятия или при ликвидации.

Ст. 67. Запрещается предложение двух или нескольких товаров или услуг с одной общей ценой, без наличия существенной связи между предлагаемыми товарами или услугами, за исключением следующих случаев:

1. когда товары или услуги, предлагаемые вместе, могут быть закуплены в торговом объекте отдельно за свою обычную цену;
2. когда потребитель проинформирован о возможности по п. 1, а также и об индивидуальной цене каждого товара или услуги.

Ст. 68. Запрещается применение торговых практик, которые причиняют ущерб экономическим интересам или коллективным интересам потребителей.

Ст. 68а. (Новая - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) (1) (Изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Запрещается любое действие или бездействие, которое противоречит законодательству о защите интересов потребителей, указанному в Регламенте 2006/2004/ЕО Европейского парламента и Совета по административному сотрудничеству между органами, отвечающими за приложение законодательства о защите потребителей государств - членов Европейского союза.

(2) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Совет министров принимает решение об определении органов, которые отвечают за защиту экономических интересов потребителей, согласно смыслу, предусмотренному Регламентом 2006/2004/ЕО Европейского парламента и Совета по административному сотрудничеству между органами, отвечающими за приложение законодательства о защите потребителей государств - членов Европейского союза.

(3) Совет министров принимает распоряжение о порядке и условиях участия органов, предусмотренных абз. 2 в административном сотрудничестве с государствами - членами Европейского союза и с Европейской комиссией.

Раздел IV.

Нелояльные торговые практики (Новый- ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.)

Ст. 68б. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Положения настоящего раздела имеют целью обеспечить защиту потребителей от нелояльных торговых практик до, во время и после подачи предложения со стороны торговца потребителю и/или заключения договора о продаже товаров или предоставления услуги.

Ст. 68в. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Запрещаются нелояльные торговые практики.

Ст. 68г. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) (1) Торговая практика, связанная с предложением товаров или услуг является нелояльной, если противоречит требованиям добросовестности и профессиональной компетентности и если изменяет или делает возможным изменить существенно экономическое поведение среднего потребителя, которого касается или к которому является направлена, или среднего члена группы потребителей, когда торговая практика направлена к определенной группе потребителей.

(2) Торговая практика, которая делает возможным изменить существенным образом экономическое поведение некоторых особенно уязвимых категорий потребителей по причине их умственных или физических недостатков, их возраста или доверчивости, когда торговец мог предвидеть это, оценивается с точки зрения среднего члена группы потребителей, к которой направлена.

(3) Оценка, предусмотренная абз. 2 не прилагается в отношении рекламы, которая содержит преувеличенные изъяснения или изъяснения, которые не предназначены быть понятыми буквально.

(4) (Изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) Нелояльными являются и вводящие в заблуждение и агрессивные торговые практики по основаниям, указанным в ст. 68д – 68к.

Ст. 68д. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) (1) Торговая практика является вводящей в заблуждение, когда содержит недостоверную информацию, которая подводит, или если каким-то образом, в том числе через ее целостное представление, вводит в заблуждение или является в состоянии ввести в заблуждение среднего потребителя, даже если представленная информация является фактически точной в отношении некоторых из обстоятельств, указанных в абз. 2, и способствует в результате или может способствовать в результате принятию торгового решения, которое он не принял бы без применения торговой практики.

(2) Обстоятельства, предусмотренные абз. 1 включают в себя информацию о:

1. существовании или естестве товара или услуги;

2. основных характеристиках товара или услуги таких как: наличие, преимущества, риски, которые они содержат, изготовление, состав, дополнительные части к товару или услуге, вне гарантийное обслуживание, рассмотрение жалоб потребителей, способ и дата производства или представления товара или услуги, доставка, годность к употреблению, их использование, количество, спецификация, географическое или торговое происхождение, результаты, которые могут быть ожидаемы в результате их употребления, или результаты и существенные характеристики проделанных испытаний или проверки товара или услуги;

3. охвате обязанностей торговца, мотивы применения торговой практики и естества процесса продажи, равно как и о каждом утверждении или символе, которые дают основание считать, что торговец или товар и услуга являются объектом спонсорства или иной формы прямой или косвенной поддержки;

4. цене или способе ее исчисления, или существовании специфического преимущества в отношении цены;

5. необходимости предоставления дополнительной услуги, запасной части, замены или ремонта товара;

6. (изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) виде, статусе и правах торговца или его представителя таких как: фамилия, имя и отчество, номер документа о самоличности и постоянный адрес физического лица и наименование, единый идентификационный код, адрес управления и юридически организационная форма юридических лиц, его имущество, квалификация, разрешение на осуществлении деятельности, членство в профессиональных организациях или иной вид связанности, его права на индустриальную, торговую и интеллектуальную собственность или полученные награды и отличия;

7. праве потребителя, в том числе его праве заменить товар, расторгнуть договор, о праве восстановления уплаченной им суммы по основаниям, указанным в ст. 112 - 115 или рисков, которым потребитель может быть подвержен.

(3) Вводящей в заблуждение является и каждая торговая практика, которая исходя из всего ее фактического контекста и принимая во внимание все ее характеристики и обстоятельства, ведет или является возможной привести среднего потребителя к принятию торгового решения, которое он не принял бы без применения торговой практики, и когда она включает в себя:

1. каждую маркетинговую деятельность в отношении товара или услуги, в том числе использование сравнительной рекламы, которая способствует спутыванию с другим товаром, услугой, маркой, торговым наименованием или иным отличительным знаком конкурента;
2. несоблюдение обязательств, принятых торговцем через его присоединение к кодексу хорошей торговой практики, когда эти обязательства имеют обязательный характер, могут быть проверенными и при применении данной торговой практики торговец указывает, что является связанным соблюдать содержащиеся в нем правила.

Ст. 68е. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) (1) Торговая практика является вводящей в заблуждение и когда исходя из всего ее фактического контекста и принимая во внимание все ее характеристики и обстоятельства, равно как и ограничения на использованное средство коммуникации, следует, что она не предоставляет существенной информации, необходимой среднему потребителю в зависимости от ситуации принятия торгового решения, после того как ознакомился с ними, которое ведет или может привести к принятию торгового решения, которое средний потребитель не принял бы без применения этой торговой практики.

(2) Вводящей в заблуждение является и каждая торговая практика, в которой через умолчание, имея ввиду элементы, предусмотренные абз. 1, торговец прикрывает существенную информацию согласно смыслу абз. 1 или предоставляет ее неясным, не разбираемым или двусмысленным способом, или не предоставляет ее своевременно, или при которой торговец не указывает свою подлинную торговую цель, если она не является понятной из контекста и имеет в качестве результата или может иметь в качестве результата принятие торгового решения средним потребителем, которое он не принял бы без применения этой торговой практики.

(3) Когда использованное средство коммуникации, посредством которого прилагается торговая практика, налагает ограничения во времени или пространстве, при осуществлении оценки, в отношении того, является ли примененная вводящая в заблуждение торговая практика по основаниям, указанным в абз. 2, берутся во внимание те ограничения, равно как и все меры, предпринятые торговцем для предоставления информации потребителям через другие средства.

(4) При обращении с приглашением сделать покупку существенной согласно смыслу, предусмотренному абз. 1, считается, кроме случаев, когда не является очевидным, информация о:

1. основных характеристиках товара или услуги в зависимости от использованного средства коммуникации и от соответствующего товара или услуги;
2. (изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) имени, отчестве, фамилии, о номере документа о самоличности и постоянном адресе физических лиц и наименование, единый идентификационный код, адрес управления и юридически организационную форму юридических лиц и, если является необходимым, адрес, имя, соответственно фирму или единый идентификационный код торговца, за счет которого действует;
3. цене, включающей все налоги; когда цена не может быть вычислена предварительно, указывается способ, которым является вычислена, и, если необходимо, указываются все дополнительные расходы на транспорт, доставку, почтовые услуги; когда дополнительные расходы не могут быть вычислены предварительно, указывается, что эти расходы могут быть за счет потребителя;
4. условиях оплаты, доставки, исполнения и рассмотрения жалоб, когда они отличаются от требований о добросовестности и профессиональной компетентности;
5. товарах и услугах, равно как и договорах, при которых потребитель имеет право отказаться от договора или прекратить его – информация о наличии этого права.

(5) Существенной, с учетом положений абз. 1, является и обязательная информация, предусмотренная в законодательстве Европейского союза о торговых сообщениях, в том числе в отношении рекламы и маркетинга, которая включена в Приложение II Директивы 2005/29/ЕО Европейского парламента и Совета относительно нелояльных торговых практик со стороны торговцев в отношении потребителей на внутреннем рынке и изменение Директивы 84/450/ЕИО Совета, директив 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО Европейского парламента и Совета, и Регламента (ЕО) № 2006/2004 Европейского парламента и Совета.

Ст. 68ж. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Нелояльными торговыми практиками являются и следующие вводящие в заблуждение торговые практики:

1. утверждение со стороны торговца, что он присоединен к кодексу хорошей торговой практики, когда это не является верным;
2. предъявление удостоверения, знака качества или их эквивалента, когда не является полученным необходимое разрешение на это;
3. утверждение, что данный кодекс хорошей торговой практики одобрен общественным или иным органом, когда это не является верным;
4. утверждение, что торговец получил разрешение на осуществление определенной деятельности или что на данный товар или услугу получено разрешение, одобрение или лицензия от государственного или иного органа, когда это не является верным или когда торговец не соблюдает условия, при которых было выдано разрешение, одобрение или лицензия;
5. обращение с приглашением сделать покупку товаров или услуг по определенной цене, когда не указываются разумные основания, по причине которых торговец не может доставить или обеспечить доставку от другого торговца товаров или услуг или равноценных товаров или услуг по объявленной цене в определенный период времени и в разумном количестве сообразно товару или услуге, объему осуществленной рекламы товара или услуги и предложенной цене;
6. обращение с приглашением сделать покупку товаров или услуг по указанной цене и впоследствии с целью стимулирования продажи иного товара или услуги торговец:
 - а) откажет предоставить потребителю товар или услугу, которые были объектом рекламы;
 - б) откажет принять заказ на эти товары или услуги или их доставку потребителю в разумный срок;
 - в) представит потребителю образец товара, предложенного для продажи, который является дефектным;
7. неверное утверждение, что данный товар или услуга будут выпущены на рынок на очень ограниченный период времени или что будет в наличии на рынке при определенных условиях только за очень ограниченный период времени, с целью вызвать принятие незамедлительного решения и лишения потребителей достаточной возможности или срока для выбора товара или услуги, после того как ознакомились с ним;
8. принятие обязательств со стороны торговца по предоставлению вне гарантийного обслуживания потребителей, с которыми он общался на языке, который не является официальным языком в государстве - члене Европейского союза по месту нахождения торговца до заключения договора, а впоследствии при предоставлении вне гарантийного обслуживания торговец использовал иной язык, без уведомления об этом потребителя, до того как потребитель явится обязанным заключить договор;
9. утверждение или создание впечатления, что продажа данного товара или услуги разрешена законом, когда это не является верным;
10. представление прав потребителей, предоставленных им законом, как специфическую часть предложения торговца в отношении продажи товаров или услуг;
11. использование редакционного материала в средствах массовой информации или использование образов или звуков, которые могут быть установлены ясно потребителем, без указания конкретно, что это является в рамках кампании, финансируемой торговцем с целью стимулирования продаж данного товара или услуги;
12. высказывание утверждений, которые содержат неверные факты естества и степени рисков, которым подвержен потребитель в отношении его личной безопасности или безопасности его семьи, если он не купит товар или услугу;
13. стимулирование продажи товара или услуги, подобного товару, произведенному данным производителем, способом, который вводит умышленно потребителя в заблуждение, давая основание считать, что товар является произведенным этим производителем, когда это не является верным;
14. создание, использование или стимулирование пирамидальных продаж, чьей основной целью является не продажа или потребление товаров и услуг, а включение других потребителей в систему продажи, при которых потребитель платит, для того, чтобы участвовать, получая возможность восстановить себе уплаченную им сумму посредством привлечения других потребителей в систему;
15. утверждение, что торговец приостанавливает свою деятельность или обосновывается в другом месте, когда это не является верным;

16. утверждение о данном товаре, что увеличивает возможности прибыли при лотерее и других азартных играх;
17. высказывание неверных утверждений, что данный товар может лечить болезни, нарушение функций человеческого организма или врожденные дефекты;
18. сообщение информации, которая содержит неточные факты условий на рынке или возможность найти товар или услугу на рынке с целью заставить потребителя купить товар или услугу при более неблагоприятных условиях, чем нормальные;
19. утверждение при применении данной торговой практики, что организован конкурс или что может быть выиграна награда, без более позднего предоставления указанных наград или их равноценности;
20. представлять, что данный товар или услуга предоставляется "бесплатно", "безвозмездно", "без расходов" или с иными подобными названиями, когда потребитель должен заплатить некую сумму за товар или услугу кроме неизбежных, связанных с ним расходов, необходимых, для того, чтобы в ответ на торговую практику, вступить в право владения товаром или расходов по его доставке;
21. прибавление к рекламному материалу счета-фактуры или иного подобного документа, требующего оплаты, создающего впечатление у потребителя, что уже заказал товар или услугу, когда это не является верным;
22. высказывание неверных утверждений или создание впечатления, что торговец не действует в рамках своей торговой деятельности, или неверное представление торговца в качестве потребителя;
23. создание неверного впечатления, что предоставлено вне гарантийное обслуживание товара в другом государстве - члене Европейского союза, ином, чем то, в котором продается товар.

Ст. 68з. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Торговая практика является агрессивной, когда из ее целого фактического контекста и принимая во внимание ее характеристики и обстоятельства, и по причине использования гнета, принуждения, в том числе применения физической силы или злоупотребления влиянием, следует, что она изменяет или является возможной изменить существенно свободу выбора или поведение среднего потребителя в отношении товара или услуги, которое ведет или может привести к принятию торгового решения, которое средний потребитель не принял бы без применения этой торговой практики.

Ст. 68и. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) При осуществлении оценки того, является ли при применении данной торговой практики приложенным гнет, принуждение, в том числе физическая сила или злоупотребление влиянием, принимается во внимание:

1. период времени и место использования торговой практики, ее характер и настойчивость;
2. использование угрозы или обиды – посредством слов или действий;
3. использование торговцем информации, которой располагает, о несчастье или ином специфическом обстоятельстве потребителя, которое является в состоянии изменить оценку потребителя, с целью оказания влияния на него при принятии решения в отношении товара или услуги;
4. наложение всякого вида чрезмерных и несоответствующих цели вне договорных препятствий, когда потребитель желает реализовать свои права по договору, в том числе свое право прекратить договор или выбрать иной товар или услугу или иного торговца;
5. каждая угроза предпринять действия, которые противоречат закону.

Ст. 68к. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Нелояльными торговыми практиками являются и следующие агрессивные торговые практики:

1. создание впечатления у потребителя, что он не может покинуть помещение, до тех пор, пока не заключит договор;
2. осуществление торговцем посещения в дом потребителя, пренебрегая конкретным требованием потребителя о том, чтобы торговец покинул помещение или не возвращался вновь, за исключением случаев необходимости исполнения торговцем договорного обязательства;
3. отправка настойчивых и не потребованных торговых сообщений потребителю по телефону, факсу, электронной почте или через любое другое средство коммуникации на расстоянии, кроме предусмотренных в законе случаев исполнения договорного обязательства и без

нарушения положений ст. 49 настоящего закона, Закона о защите личных данных и ст. 6 Закона об электронной торговле;

4. обязать потребителя, который желает получить возмещение убытка согласно условиям заключенного договора о страховании, в представлении документов, которые не являются необходимыми для установления основательности его требования или не предоставить более двух раз ответов на существенные вопросы, поставленные потребителем, с целью разубедить его в том, чтобы он добивался своих прав по договору;

5. при рекламе – прямое стимулирование детей купить или убедить своих родителей или других взрослых купить товар или услугу, которая является предметом рекламы;

6. требовать незамедлительно или в рассрочку оплаты товара или услуги, доставленных торговцем, которые не потребованы потребителем, или требовать их возврата или сохранения потребителем, кроме случаев, предусмотренных ст. 59, абз. 2;

7. конкретное уведомление потребителя о том, что если он не купит товар или услугу, работа или средства к существованию торговца подвергаются опасности;

8. создание неверного впечатления о том, что потребитель уже выиграл, выиграет или, осуществляя данное действие, выиграет награду или иным образом будет равноценно облагодетельствован, когда

а) не существует такая награда или выгода, или

б) осуществление действия, связанного с требованием получения награды или иной равноценной выгоды, является связанным с обязанностью потребителя заплатить денежную сумму или взять на себя какой-либо расход.

Ст. 68л. (Новая – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) (1) Когда комиссия по защите потребителей установит, что торговская практика нелояльна, председатель комиссии издает приказ, которым запрещает применение торговой практики.

(2) Председатель комиссии по защите потребителей может в определенный им короткий срок обязать торговца доказать, что применяемая торговская практика нелояльна, что применяемая торговская практика нелояльна.

(3) В случаях по ст. 68г, абз. 4 и когда нелояльная практика истекает в результате деятельности, связанных с рекламой, независимо от имущественной санкции, председатель Комиссии по защите потребителей может распорядиться, чтобы рекламодатель и/или рекламное агентство огласило за свой счет и подходящим способом акт, которым установлено нарушение, а также и соответствующую скорректированную рекламу.

(4) Председатель Комиссии по защите потребителей предпринимает меры по абз. 1 – 3 в служебном порядке или по поводу поданного заявления со стороны потребителя.

Глава пятая.

БЕЗОПАСНОСТЬ И КАЧЕСТВО ТОВАРОВ И УСЛУГ

Раздел I.

Общая безопасность товаров и услуг

Ст. 69. (1) Производители товаров и лица, предоставляющие услуги, обязаны предлагать потребителям только безопасные товары и услуги.

(2) Производителем по абз. 1 является:

1. (доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) любое лицо, обосновавшееся на территории Европейской общности или территории государства, стороны по Соглашению о Европейском экономическом пространстве, которое произвело или переработало товар, и любое другое лицо, обосновавшееся на территории Европейской общности или территории государства, стороны по Соглашению о Европейском экономическом пространстве, которое представляется производителем, помещая на товар свое имя, торговую марку или иной отличительный знак;

2. (доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) представитель производителя, когда производитель не является обосновавшимся на территории Европейской общности или в государстве, стороне по Соглашению о Европейском экономическом пространстве, или импортер товара, когда у производителя нет представителя в Европейской общности или в государстве, стороне по Соглашению о Европейском экономическом пространстве;

3. любое другое лицо, которое участвует в процессе реализации товара, чья деятельность может оказать влияние на характеристики безопасности товара.

(3) Лицом, предоставляющее услугу, является любое лицо, которое в рамках своей профессиональной деятельности предоставляет или осуществляет услуги за плату.

Ст. 70. (1) Безопасным товаром или услугой является любой товар или услуга, которая при нормальных и разумно предусмотренных условиях употребления, включая продолжительность ее использования, приведения ее в эксплуатацию, инсталляцию (монтирование) и ее поддержку, не создает риска для жизни и здоровья потребителей или он минимален и совместим употреблением товара или услуги, и считается приемлемым для обеспечения высокого уровня защиты потребителей, если иметь в виду:

1. характеристики товаров, включительно его состав, упаковку, указания о сборке, монтажа и поддержка, а также и другие указания, которые даны производителем;

2. характеристики услуги и указания по пользованию, которые даны лицом, предоставляющим услугу;

3. воздействие товара на другие товары, когда можно ожидать совместное использование товаров;

4. представление товара или услуги, этикетирование товара, эвентуальные предупреждения и указания по употреблению или по снятию с употребления, а также и любое другое указание или информация о товаре или услуге, которые даны производителем или лицом, предоставляющим услугу;

5. рискованные группы потребителей в отношении использования товара или услуги, а именно: дети, пожилые люди, беременные и кормящие женщины.

(2) Наличие на рынке товаров или услуг, которые характеризуются более высокой степенью безопасности, или товаров или услуг, содержащих меньший риск, не является основанием для определения другого товара или услуги опасной.

(3) Опасным товаром или услугой является любой товар или услуга, которая небезопасна по смыслу абз. 1 и 2.

Ст. 71. (1) Товар или услуга считаются безопасными, когда они соответствуют нормативно установленным требованиям по безопасности, на которые они должны отвечать, чтобы они были выпущены на рынок.

(2) Товар или услуга считаются безопасными в отношении рисков и групп рисков, охваченных болгарскими стандартами, вводимыми гармонизирующими европейскими стандартами, справки о которых были опубликованы Европейской комиссией в "Официальной газете" Европейского союза.

(3) При отсутствии нормативных требований и стандартов по абз. 2 соответствие товара или услуги с общими требованиями по безопасности оценивается, при этом принимаются во внимание:

1. болгарские стандарты, вводимые европейские стандарты, различающиеся от стандартов по абз. 2;

2. болгарские стандарты, которые разработаны на национальном уровне – при отсутствии стандартов по п. 1;

3. рекомендации Европейской комиссии, содержащие направления об оценке безопасности товаров – при отсутствии стандартов по п. 2;

4. правила хорошей практики в отношении безопасности товаров или услуг, прилагаемые в соответственном секторе – при отсутствии рекомендаций по п. 3;

5. актуальное состояние науки и техники – при отсутствии правил хорошей практики по п. 4;

6. нормально предвидимые ожидания потребителей о безопасности – когда невозможно принять во внимание актуальное состояние науки и техники.

(4) Соответствие товара или услуги с требованиями по безопасности по абз. 1 – 3 не является преградой контрольным органам предпринять необходимые меры по ограничению выпуска товара или услуги на рынок, меры по устранению товара из рынка или меры по его изъятию у потребителей, или меры по приостановлению предложения услуги, когда вопреки соответствию товар или услуга опасны.

Ст. 72. Производители товаров и лица, предоставляющие услуги, предлагают товары и услуги потребителям после осуществления деятельности по оценке и удостоверения их

соответствия с нормативно установленными требованиями по безопасности. Расходы за оценку и удостоверение соответствия оплачиваются за счет производителей товаров и лиц, предоставляющих услуги.

Ст. 73. (1) В рамках своей деятельности производитель товаров и лицо, предоставляющее услугу, предоставляют потребителям необходимую информацию, позволяющую им оценить риски, присущие товару или услуге во время ее нормального или разумно предвидимого периода употребления, когда эти риски не очевидны непосредственно без соответственных предупреждений со стороны производителя или лица, предоставляющего услугу. Наличие подобного предупреждения не освобождает производителя товаров или лица, предоставляющего услугу, от других обязательств, предвиденных в этом разделе.

(2) При наличии заявления контрольного органа производитель товаров и лицо, предоставляющее услугу, обязаны доказать, что до выпуска товара или услуги на рынок они осуществили оценку рисков, которые они могут содержать для безопасности потребителей.

Ст. 74. (1) Производитель товаров или лицо, предоставляющее услугу, в рамках своей деятельности должен предпринимать необходимые превентивные меры по обеспечению безопасности товара или услуги.

(2) Меры по абз. 1 должны быть пропорциональны характеристикам товара или услуги и должны давать возможность производителю товаров и лицу, предоставляющему услугу:

1. чтобы он был проинформирован о рисках, которые этот товар или услуга может причинить здоровью и безопасности потребителей;
2. чтобы он мог предпринять подходящие действия, включительно, если это необходимо для предотвращения рисков: удаление товара от рынка или приостановление предложения услуги, предупреждение потребителей подходящим и эффективным способом, изъятие товара у потребителей.

Ст. 75. (1) Когда это подходяще, производитель товаров или лицо, предоставляющее услугу, предпринимает по собственной инициативе превентивные меры, как:

1. взятие проб и анализ образцов товаров, выпущенных на рынок;
2. анализ рекламаций потребителей.

(2) Когда это необходимо, производитель товаров или лицо, предоставляющее услугу, предпринимает по собственной инициативе следующие меры:

1. поддержка реестра рекламаций потребителей;
2. информирование дистрибьюторов о предпринятых по п. 1 и по абз. 1 мерах о прослеживании безопасности товаров.

(3) Контрольные органы могут распорядиться, чтобы производитель товаров или лицо, предоставляющее услугу, предприняло меры по абз. 1 и 2.

Ст. 76. Производитель должен обеспечить условия для прослеживания товара по всей сети доставки, при этом для этой цели:

1. маркирует товар таким образом, который позволяет, чтобы он был идентифицирован, при этом он должен поставить обозначение на товаре или его упаковке, содержащее имя производителя, другую информацию о нем или о партии товаров, к которым он принадлежит;
2. сохраняет и предоставляет при требовании контрольных органов всю документацию, необходимую для прослеживания происхождения товара.

Ст. 77. (1) Дистрибьютор обязан действовать с необходимой заботой так, чтобы он содействовал соблюдению обязательства по общей безопасности, конкретнее, если не доставляет товар, о котором знает или должен бы знать на основании информации, которой располагает и в качестве торговца, что он не отвечает на требование по общей безопасности.

(2) Дистрибьютором является любое лицо, которое участвует в процессе реализации товара, чья деятельность не оказывает влияния на характеристики безопасности товара.

(3) В рамках своей деятельности дистрибьютор участвует в прослеживании безопасности товаров, выпущенных на рынок, а именно:

1. предоставляет информацию о рисках, связанных с употреблением товаров;

2. ведет и предоставляет документы, необходимые для прослеживания происхождения товаров;
3. сотрудничает с производителем и контрольными органами в предпринятых ими мерах по предотвращению рисков;
4. предпринимает другие подходящие меры.

Ст. 78. В рамках своей деятельности дистрибьютор предпринимает меры, которые позволяют ему сотрудничать эффективно производителю и контрольным органам.

Ст. 79. (1) Когда производитель, дистрибьютор или лицо, предоставляющее услугу, знает или должно бы знать на основании информации, которой располагает, что товары или услуги, которые он выпустил на рынок, несут риск для здоровья и безопасности потребителей, он уведомляет немедленно соответствующего контрольного органа об этом и предоставляет ему подробную информацию о предпринятых действиях по предотвращению и приостановлению рисков для здоровья и безопасности потребителей. Информация должна содержать по меньшей мере данные по ст. 80.

(2) Условия и порядок предоставления информации по абз. 1 определяются Распоряжением Совета министров.

Ст. 80. При возникновении серьезного риска для здоровья и безопасности потребителей производителя, дистрибьюторы и лица, предоставляющие услуги, предоставляют контрольным органам:

1. информацию, дающую возможность точной идентификации товара или услуги, или партии товаров, которые не отвечают требованиям безопасности;
2. полное описание риска, который несут опасные товары или услуги;
3. всю наличную информацию, необходимую для прослеживания товара;
4. описание действий, предпринятых для предотвращения рисков в отношении потребителей.

Ст. 81. (1) В рамках своей деятельности производители, дистрибьюторы и лица, предоставляющие услуги, сотрудничают взаимно и обязаны оказывать содействие контрольным органам для предотвращения или приостановления рисков, вызванных товарами или услугами, которые они доставляют или уже доставили.

(2) Порядок осуществления сотрудничества между производителями, дистрибьюторами, лицами, предоставляющими услуги, и контрольными органами в отношении обмена информацией по безопасности товаров и услуг регламентируется Распоряжением Совета министров.

Ст. 82. (1) Контрольными органами по настоящему разделу являются:

1. Комиссия по защите потребителей – в отношении безопасности непищевых товаров и услуг;
2. контрольные органы по Закону о пище – в отношении безопасности продуктов питания;
3. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) контрольные органы по Закону о здоровье - в отношении безопасности косметических продуктов;
4. органы надзора над рынком по Закону о технических требованиях к продуктам - в отношении безопасности товаров, находящихся в охвате этого же закона.

(2) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Комиссия по защите потребителей координирует деятельность контрольных органов, предусмотренных абз. 1, п. 2, 3 и 4 в связи с безопасностью не пищевых товаров и услуг, а Министерство здравоохранения – в связи с безопасностью пищи и косметических продуктов.

(3) Комиссия по защите потребителей и Министерство здравоохранения создают и поддерживают Интернет страницу с информацией об опасных товарах и услугах, которая содержит по меньшей мере данные по ст. 80.

(4) Контрольные органы по абз. 1, п. 2, 3 и 4 оказывают содействие и сотрудничают Комиссии по защите потребителей и Министерству здравоохранения, включительно:

1. предоставляют им информацию об опасных товарах и услугах, найденных на рынке;
2. информируют их о предпринятых ими мерах по предотвращению серьезной и непосредственной опасности для здоровья потребителей, которыми:
 - а) допускают реализацию товара или услуги при соблюдении определенных условий;
 - б) распоряжаются производителям и дистрибьюторам обозначить товар с предупреждением о наличии риска;
 - в) обязуют производителей и дистрибьюторов информировать потребителей о наличии риска;

г) издают предписания о временном приостановлении доставки товара или услуги;

д) запрещают доставку товара или предоставление услуги;

е) устраняют товар из рынка или распоряжаются, чтобы производители, дистрибьюторы и лица, предоставляющие услуги, устранили товар из рынка или чтобы они приостановили предложение услуги;

ж) изъемают товар у потребителей или распоряжаются, чтобы производители и дистрибьюторы изъяли товар у потребителей.

(5) Таможенные органы оказывают содействие контрольным органам по абз. 1 в отношении импортных товаров согласно своим полномочиям по ст. 78а Закона о таможенных.

Ст. 83. Независимо от вида и характера товара или услуги соответствующий контрольный орган по ст. 82 имеет следующие права:

1. право организовать осуществление подходящих проверок характеристик товара или услуги о безопасности в подходящем масштабе и на каждом этапе ее реализации, включительно после ее выпуска на рынок в качестве безопасной и ее использование или употребление потребителем;

2. право брать образцы товара для осуществления анализа по безопасности;

3. право требовать от лиц всю необходимую информацию;

4. право собирать доказательства.

Ст. 84. Когда при определенных условиях товар или услуга может содержать риск для здоровья и безопасности потребителей, контрольный орган имеет право:

1. распорядиться, чтобы производитель, дистрибьютор или лицо, предоставляющее услугу, предупредило о рисках, которые товар или услуга может нести; предупреждения должны быть ясными и понятными для потребителя;

2. обязать выпуск товара или услуги на рынок предварительными условиями, исполнения которых сделает ее безопасной;

3. требовать у производителя или дистрибьютора маркировать товар ясно сформулированными и разбираемыми предупредительными текстами на болгарском языке о возможных рисках, связанных с его употреблением.

Ст. 85. Когда существует вероятность, что товар или услуга содержат риск в отношении определенной категории потребителей, соответствующий контрольный орган может обязать производителя, дистрибьютора или лица, предоставляющего услугу, чтобы он предупредил своевременно и подходящим способом эту категорию потребителей о риске, включительно через публикацию на специальных предупреждениях.

Ст. 86. (1) Соответствующий контрольный орган по ст. 82 может временно запретить выпуск на рынок любой товар или услугу, которая может быть опасна, за период времени, который необходим для осуществления контроля, проверки и оценки ее безопасности.

(2) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда в результате проверки по безопасности товара или услуги будет установлено, что она безопасна для потребителей, контрольный орган отменяет запрет по абз. 1 в срок 24 часов с момента доказательства безопасности товара.

(3) (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда в результате проверки безопасности товара или услуги установлено, что она безопасна, расходы, связанные с проверкой и оценкой безопасности товара или услуги являются за счет контрольного органа.

(4) (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда в результате проверки безопасности товара или услуги установлено, что она опасна, расходы, связанные с проверкой и оценкой безопасности товара или услуги являются за счет лица, в отношении которого является постановленным запрет.

Ст. 87. Когда будет установлено, что товар, услуга или партия товаров опасна для потребителей, контрольный орган запрещает ее выпуск на рынок и предпринимает сопутствующие меры, обеспечивающие соблюдение запрета.

Ст. 88. (1) Когда контрольный орган установит, что определенный товар, услуга, или партия товаров, выпущенных на рынок, угрожает или вероятно будет угрожать здоровью и безопасности потребителей, он должен, взяв во внимание условия производства или торговли товаров или услуг, предпринять следующие меры:

1. распоряжается, чтобы было временно приостановлена доставка товара или предоставления услуги на рынок на период, который необходим для осуществления контроля, проверки и оценки ее безопасности; в срок, не превышающий 24 часов с момента доказательства

безопасности товара контрольный орган выносит решение по наложенной мере о временном приостановлении доставки товара или предоставлении услуги на рынке;

2. распоряжается или организует немедленное и эффективное устранение товара с рынка или приостановление предложения услуги, а также и отправление предупреждения к потребителям о рисках, которые товар или услуга несет;

3. распорядиться или координировать или, если это необходимо, организовать совместно с производителями и дистрибьюторами изъятие товара от потребителей и его уничтожение.

(2) (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда в результате проверки безопасности, предусмотренной абз. 1, п. 1 является установленным, что товар или услуга безопасны, расходы по проверке и оценке безопасности товара или услуги являются за счет контрольного органа.

(3) (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда в результате проверки безопасности, предусмотренной абз. 1, п. 1 является установленным, что товар или услуга опасны, расходы по проверке и оценке безопасности товара или услуги являются за счет лица, в отношении которого вынесена мера.

(4) (бывший абз. 2 - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Производитель или дистрибьютор может доказать посредством осуществления оценки соответствия, что часть товаров в партии не опасны для здоровья и безопасности потребителей и могут быть выпущены на рынок. Расходы, связанные с доказательством оплачиваются за счет производителя или дистрибьютора.

(5) (бывший абз. 3 - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Любой производитель или дистрибьютор, который доставил или приобрел один или несколько товаров из партии и знает, что выдано распоряжение о приостановлении выпуска товара на рынок, о его устранении или о его изъятии от потребителей, обязан уведомить об этом распоряжении лиц, которым он доставил товар, или лицо, у которого он приобрел товар.

Ст. 89. (1) Соответственный контрольный орган может распорядиться, чтобы производитель, дистрибьютор или лицо, предоставляющее услугу, привело товары или услуги в соответствие с требованиями по безопасности.

(2) Контрольный орган может распорядиться, чтобы производитель, дистрибьютор или лицо, предоставляющее услугу, после того как приведет товары или услуги в соответствие с требованиями по безопасности, осуществил опыт независимым, компетентным и беспристрастным органом в определенный контрольными органами срок.

(3) Когда один товар или услуга не подложена опыту по абз. 2, считается, что она не соответствует требованиям безопасности, за исключением тех случаев, если будет доказано обратное.

(4) Если приведение товара в соответствие с требованиями безопасности невозможно, контрольный орган может распорядиться, чтобы товар использовался в других целях, чтобы он был возвращен в страну происхождения или он был уничтожен в определенный срок.

Ст. 90. (1) Изъятие товара от потребителей является конечной мерой, которая допускается, когда все другие меры, предпринятые производителями, дистрибьюторами и контрольными органами, не достаточны для предотвращения риска в отношении потребителей.

(2) Производители и дистрибьюторы изъемают товары от потребителей, когда предпринятые производителем другие меры не достаточны для предотвращения риска для здоровья и безопасности потребителей.

(3) Контрольные органы предпринимают меры по ст. 88, абз. 1, когда предпринятые производителями, дистрибьюторами и доставщиками меры не достаточны для предотвращения риска для здоровья и безопасности потребителей.

Ст. 91. Когда товары или услуги несут серьезный риск для здоровья и безопасности потребителей, контрольные органы предпринимают необходимые действия по быстрому и эффективному применению мер, предвиденных настоящим законом.

Ст. 92. (1) Если есть серьезный риск для здоровья и безопасности потребителей соответственный контрольный орган может запретить приказом производство, импорт, экспорт, возмездный или безвозмездный выпуск на рынок товара и приступить к его устранению из всех торговых объектов, в которых он находится, или к его уничтожению, когда это является единственной возможностью для приостановления опасности. Приказ о наложении запрета обнародуется в "Государственной газете".

(2) В случаях по абз. 1 контрольный орган может распорядиться, чтобы производители и дистрибьюторы предупредили потребителей, чтобы они дали указания об употреблении

товара или чтобы они его изъяли от потребителей, заменив его, подчинив или возместив им ущерб.

(3) При условиях по абз. 1 соответственный контрольный орган распоряжается приказом, чтобы было приостановлено предоставление определенной услуги потребителям.

(4) Когда будет доказано, что товар или услуга соответствует требованиям по безопасности, контрольный орган отменяет приказ по абз. 1. Отмена приказа обнародуется в "Государственной газете".

(5) В приказе по абз. 1 и 3 обязательно указывается, за чей счет оплачены расходы за складирование, транспорт, уничтожение и другие, связанные с обеспечением безопасности товаров и услуг.

Ст. 93. Когда по причине несоблюдения требований настоящего раздела, условия работы или сохранение при производителе, дистрибьюторе или лице, предоставляющего услугу, таковы, что товары или услуги, производимые, сохраняемые, предоставляемые или выпущенные на рынок, несут или могут принести опасность для здоровья или для безопасности потребителей, соответственный контрольный орган может распорядиться, чтобы были предприняты следующие меры:

1. усиление самоконтроля со стороны производителя, доставщика или дистрибьютора;
2. обучение персонала;
3. осуществление строительных работ;
4. уборка и другие.

Ст. 94. Соответственные контрольные органы имеют право доступа к помещениям, используемым для производственной, торговой и складской деятельности, и к помещениям, в которых предоставляются услуги, в присутствии лица, которое осуществляет деятельность в объекте, или его представителя.

Ст. 95. (Изм. – ГГ, ном 30 за 2006 г., в силу с 12.07.2006 г.) Меры, предвиденные в настоящем разделе, прилагаются посредством выдачи приказов руководителями контрольных органов по ст. 82 или уполномоченными ими должностными лицами, которые могут быть обжалованы по порядку Административно-процессуального кодекса.

Ст. 96. (1) Предпринятые контрольными органами меры по настоящему разделу должны быть пропорциональны серьезности риска, который товар или услуга несет, и должны иметь целью единственно предотвращение или приостановление опасности для потребителей.

(2) В зависимости от случая меры по абз. 1 направляются к:

1. производителю и лицу, предоставляющему услугу;
2. дистрибьютору и, конкретнее, к лицу, которое отвечает за первый выпуск товара или услуги на рынок;
3. любому другому лицу, когда это необходимо для оказания сотрудничества контрольным органам для исполнения предпринятых ими действий по предотвращению рисков, которые товар или услуга несет.

Ст. 97. (1) До наложения мер по ст. 96 контрольные органы обязаны предоставить возможность заинтересованному лицу предоставить свои возражения.

(2) Когда по причине срочности наложенной меры у заинтересованного лица не было возможности возразить до наложения меры, контрольный орган обязан предоставить ему эту возможность сразу же после ее применения.

Ст. 98. (1) Контрольные органы обязаны принять и рассмотреть жалобы потребителей или других заинтересованных лиц в отношении безопасности товаров и услуг и деятельности по надзору и контролю за безопасностью и должны письменно уведомить подателя жалобы о результатах осуществленной проверки.

(2) Контрольные органы составляют процедуры и методические указания по рассмотрению жалоб потребителей или других заинтересованных лиц в отношении безопасности товаров и услуг и деятельности по контролю за безопасностью, которые публикуют на странице соответственного ведомства в Интернете и при запросе предоставляют их потребителям.

Ст. 99. Совет министров принимает Распоряжение, которым определяет условия и порядок устранения, изъятия и уничтожения опасных товаров и о возмещении потребителям ущерба посредством оплаты или замены.

Ст. 100. (1) Если присутствует серьезный риск для здоровья и безопасности потребителей соответственный контрольный орган распоряжается приказом, чтобы был закрыт объект или его часть или чтобы временно была приостановлена деятельность производителя, дистрибьютора или лица, предоставляющего услугу.

(2) (изм. – ГГ, ном 30 за 2006 г., вступает в силу с 12.07.2006 г.) Приказ, предусмотренный абз. 1 может быть обжалован в порядке Административно-процессуального кодекса. Обжалование не приостанавливает его исполнение, за исключением случаев, когда суд распорядится иначе.

Ст. 101. (1) Информация об опасных товарах и услугах, которой контрольные органы располагают, является публичной. Контрольные органы обязаны предоставить эту информацию заинтересованным лицам, если это не является препятствием для осуществления контрольной деятельности.

(2) Информация по абз. 1 содержит:

1. идентификацию товара или услуги;

2. описание характера риска;

3. предпринятые контрольным органом меры по предотвращению опасности.

(3) Должностные лица не имеют права распространять информацию, ставшую им известной или полученную в связи с исполнением положений настоящего раздела, которая по своему естеству является профессиональной тайной.

(4) Абзац 3 не применяется в отношении характеристик по безопасности товаров или услуг, если обстоятельства требуют, чтобы эта информация была направлена для публичного достояния, чтобы гарантировалось здоровье и безопасность потребителей.

(5) Сохранение профессиональной тайны не может воспрепятствовать предоставлению необходимой информации контрольным органам для гарантирования эффективности контрольной деятельности по безопасности товаров или услуг.

(6) Контрольные органы, которые получают информацию, представляющую профессиональную тайну, обязаны обеспечить ее защиту.

Ст. 102. Положения настоящего раздела не исключают и не ограничивают применение правил относительно ответственности производителя за ущерб, причиненный в результате дефекта товара по разделу IV.

Ст. 103. Приказ контрольного органа, которым ограничивается выпуск товара или услуги на рынок или которым распоряжается, чтобы товар был устранен от рынка или чтобы он был изъят от потребителей, не исключает и не ограничивает уголовную ответственность лица, в отношении которого предпринята мера.

Раздел II.

Гарантия потребительского товара

Ст. 104. (1) Продавцом является любое физическое или юридическое лицо, которое в рамках своей профессиональной или торговой деятельности и на основании договора о продаже продает потребительские товары.

(2) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Производителем является лицо, которое производит товар, импортер товара на территории Европейской общности или на территории государства, стороны по Соглашению о Европейском экономическом пространстве и любое лицо, которое представляется производителем, указывая на товаре свое имя, торговую марку или иной отличительный знак.

(3) Потребительским товаром является любая движимая материальная вещь, за исключением вещей бывших в употреблении – объекта публичной продажи, при этом у потребителя была возможность участвовать в продаже.

(4) Поправка или ремонт потребительского товара – это приведение товара в соответствии с договором об его продаже, когда есть несоответствие между ними.

Ст. 105. (1) Продавец обязан передать потребителю товар, который соответствует договору о продаже.

(2) Продавец отвечает за любое отсутствие соответствия потребительского товара с договором о продаже, которое существует при доставке товара и проявиться до двух лет после его доставки, даже если он не знал о несоответствии.

Ст. 106. Чтобы потребительский товар соответствовал договору о продаже, он должен:

1. иметь характеристики, определенные сторонами по договору, и он должен быть пригоден для обычного употребления, для которого служат потребительские товары этого же вида;

2. отвечать описанию, которое дано продавцом в форме прототипа или образца;

3. должен быть пригодным для специального употребления, желанного потребителем, при условии, что он уведомил продавца о своем требовании при заключении договора и оно принято продавцом;
4. имеет обычные качества и характеристики товаров этого же вида, которые потребитель может разумно ожидать, при этом принимаются во внимание естество потребительского товара и публичные изъятия о его конкретных характеристиках, сделанные продавцом, производителем или его представителем, которые указаны в рекламе или на этикетке потребительского товара.

Ст. 107. Продавец не обязан публичными изъятиями по ст. 106, п. 4, если докажет, что:

1. он не знал и что он не мог знать о сделанных публичных изъятиях, или
2. публичные изъятия были скорректированы в момент заключения договора, или
3. на решение потребителя о покупке потребительского товара не было оказано влияния публичных заявлений.

Ст. 108. Любое несоответствие потребительского товара с договором о продаже, которое появится до шести месяцев после доставки товара, считается, что оно существовало при доставке товара, за исключением тех случаев, когда будет доказано, что отсутствие соответствия причитается естеству товара или характеру несоответствия.

Ст. 109. Потребитель не может оспорить соответствие потребительского товара с договором о его продаже, когда:

1. при заключении договора он знал или не мог не знать о несоответствии;
2. несоответствие причитается материалам, предоставленным потребителем.

Ст. 110. (1) Продавец отвечает за несоответствие потребительского товара с договором о продаже, причитающееся неправильному монтажу или установке товара, когда договор предвидит, чтобы монтаж или его установка было осуществлено продавцом или на его ответственность.

(2) Продавец отвечает за несоответствие потребительского товара с договором о продаже и когда товар смонтирован или смонтирован потребителем, но несоответствие причитается неправильным указаниям по монтажу или монтажу.

Ст. 111. (1) Любое соглашение или договор, заключенный с продавцом до появления несоответствия потребительского товара с договором о продаже, которое ограничивает или исключает ответственность продавца по настоящему разделу, является ничтожным.

(2) Любое соглашение, которым потребитель заявляет о том, что он знает об отсутствии соответствия потребительского товара с договором о продаже до его заключения, в котором не указано естество несоответствия, является ничтожным.

Ст. 112. (1) При несоответствии потребительского товара с договором о продаже у потребителя есть право предъявить рекламацию, потребовав от продавца, чтобы он привел товар в соответствие с договором о продаже. В этом случае потребитель может выбирать между осуществлением ремонта товара или его замены новым, за исключением тех случаев, когда это невозможно или выбранный им способ возмещения непропорционален в сравнении с другим способом.

(2) Считается, что данный способ возмещения потребителя является непропорциональным, если его использование вызывает расходы у продавца, которые в сравнении с другим способом возмещения неразумны, принимая во внимание:

1. стоимость потребительского товара, если не было отсутствия несоответствия;
2. значимость несоответствия;
3. возможность предложить потребителю другой способ возмещения, который не связан со значительными неудобствами в связи с ним.

Ст. 113. (1) Приведение потребительского товара в соответствие с договором о продаже необходимо осуществить в рамках одного месяца, считая от предъявления рекламации потребителем.

(2) После истечения срока по абз. 1 у потребителя есть право расторгнуть договор и чтобы ему была восстановлена заплаченная сумма или чтобы он требовал снижение цены потребительского товара согласно ст. 114.

(3) Приведение потребительского товара в соответствие с договором о продаже бесплатно для потребителя. С него не причитаются расходы за экспедицию потребительского товара или за материалы и труд, связанные с его ремонтом, и он не должен терпеть значительные неудобства.

(4) Потребитель может требовать и возмещение за нанесенный вследствие несоответствия ущерб.

Ст. 114. (1) При несоответствии потребительского товара с договором о продаже и когда потребитель не удовлетворен решением рекламации по ст. 113, у него есть право выбора между одной из следующих возможностей:

1. расторжение договора и восстановление оплаченной им суммы;
2. снижение цены.

(2) Потребитель не может претендовать на восстановление оплаченной суммы или на снижение цены товара, когда торговец согласится, чтобы была осуществлена замена потребительского товара новым или чтобы товар был подчинен в рамках одного месяца от предъявления рекламации потребителем.

(3) Потребитель не может претендовать на расторжение договора, если несоответствие потребительского товара с договором незначительно.

Ст. 115. (1) Потребитель может осуществить свое право по настоящему разделу в срок до двух лет, считая от доставки потребительского товара.

(2) Срок по абз. 1 приостанавливает течь в течение времени, которое необходимо для подчинения или замены потребительского товара или для постижения соглашения между продавцом и потребителем по решению спора.

(3) Осуществление права потребителя по абз. 1 не обвязано никаким другим сроком для предъявления иска, различного от срока по абз. 1.

Ст. 116. Продавец, который отвечает за несоответствие потребительского товара, имеет право на иск о возмещении нанесенного ущерба против лица, которое причинило несоответствие, если оно находится в непосредственной или косвенной договорной связи с ним, а также и против производителя, когда он отвечает за несоответствие товара. Любая клаузула в договоре, которая ограничивает или исключает эти права торговца, является ничтожной.

Ст. 117. (1) Торговой гарантией является любое обязательство, которое принято продавцом или производителем к потребителю, восстановить цену, оплаченную за потребительский товар, заменить или подчинить товар или приложить другую заботу в отношении товара, при этом это не должно быть связано с расходами в отношении потребителя, когда потребительский товар не отвечает условиям, объявленным в заявлении о предоставлении торговой гарантии или в рекламе, связанной с ним.

(2) Торговая гарантия обвязывает того, кто ее предоставляет, согласно условиям, указанным в заявлении по предоставлению торговой гарантии и в рекламе о ней.

Ст. 118. Торговая гарантия предоставляется потребителю в письменной форме.

Ст. 119. (1) Заявление о предоставлении торговой гарантии обязательно содержит следующую информацию:

1. содержание и обхват торговой гарантии;
 2. существенные элементы, необходимые для ее применения, конкретнее: срок торговой гарантии; территориальный обхват; имя и адрес лица, предоставляющего гарантию.
- (2) Информация по абз. 1 должна быть ясной и разбираемой.

Ст. 120. В заявлении о предоставлении торговой гарантии указывается, что независимо от торговой гарантии продавец отвечает за отсутствие соответствия потребительского товара с договором о продаже согласно настоящему закону.

Ст. 121. Несоблюдение некоторых требований ст. 118, 119 и 120 не ведет к недействительности торговой гарантии, и потребитель может сослаться на нее и претендовать на исполнение указанного в заявлении о предоставлении торговой гарантии.

Раздел III. Рекламации

Ст. 122. Потребитель имеет право на рекламацию за любое несоответствие товара с договоренным, включая на товары бывших в употреблении, когда после доставки, при первоначальном осмотре или сохранении, монтаже, опытам или эксплуатации обнаружены несоответствия с договором о продаже.

Ст. 123. (1) Потребитель имеет право предъявить рекламацию товара или услуги, независимо от того предоставил ли производитель или торговец торговую гарантию товара или услуги.

(2) Когда производитель или торговец предоставил торговую гарантию товара и удовлетворение рекламации осуществляется посредством замены товара другим, соответствующим договоренному, торговец обязан сохранить потребителю первоначальные гарантийные условия. Когда рекламация удовлетворяется через ремонт товара, осуществленные ремонты отмечаются в гарантийной карте и срок ремонта прибавляется к гарантийному сроку.

Ст. 124. (1) При предъявлении рекламации товара потребитель может претендовать на восстановление оплаченной суммы, на замену товара другим, соответствующим договоренному, на снижение цены или на бесплатный ремонт при условиях и по порядку ст. 113 и 114.

(2) При предъявлении рекламации за услугу потребитель может претендовать на осуществление услуги в соответствии с договором, на снижение цены или на восстановление оплаченной суммы.

Ст. 125. (1) Рекламация предъявляется перед торговцем или перед уполномоченным им лицом.

(2) Рекламация подается устно или в письменном виде.

(3) При предъявлении рекламации потребитель указывает предмет рекламации, предпочитаемый им способ удовлетворения рекламации, соответственно размер претендованной суммы, и адрес для контактов.

(4) При подаче рекламации потребитель обязательно применяет и документы, на которых основывается претензия:

1. кассовый чек или фактура;
2. протоколы, акты или другие документы, устанавливающие несоответствие товара или услуги с договоренным;
3. другие документы, устанавливающие претензию по основанию и размеру.

Ст. 126. (1) Рекламация потребительского товара может быть предъявлена до двух лет от доставки товара, но не позже двух месяцев от установления несоответствия с договоренным. Рекламация услуг может быть предъявлена до 14 дней от открытия несоответствия услуги с договоренным.

(2) Если потребитель предоставил гарантию и срок гарантии длиннее сроков по предъявлению рекламации по абз. 1, рекламация может быть предъявлена до истечения срока гарантии.

Ст. 127. (1) Торговец или уполномоченное им лицо обязаны принять рекламацию, если она предъявлена своевременно.

(2) Лица по абз. 1 обязаны поддерживать реестр предъявленных рекламаций.

(3) При предъявлении рекламации лица по абз. 1 обязательно описывают ее в реестре.

(4) Принятие рекламаций осуществляется в течение всего рабочего времени в торговом объекте, где закуплен товар или где заказана услуга, или по адресу управления торговца, за исключением тех случаев, когда в договоре или в документе о гарантии определено другое.

Ст. 128. (1) Если торговец принял, что рекламация основательна, он обязан ее удовлетворить согласно ст. 113 и 114.

(2) Когда торговец удовлетворит рекламацию, он издает акт об этом, который составляется в двух экземплярах, и предоставляет обязательно один экземпляр потребителю.

Ст. 129. Предъявление рекламации торговцу не является препятствием для предъявления иска.

Раздел IV.

Ответственность за нанесенный ущерб, причиненный дефектом товара

Ст. 130. (1) Настоящий раздел применяется к ответственности производителей, дистрибьюторов и торговцев за ущерб, причиненный дефектом произведенного или доставленного ими товара.

(2) Товаром является любая движимая вещь, независимо от того является ли она частью другой движимой или недвижимой вещи, включая следующие сельскохозяйственное сырье и продукты, которые не прошли первоначальную обработку или переработку: земледельческие культуры, продукты и сырье животноводства, охоты и рыболова. Товаром является и электричество.

(3) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Производителем является любое лицо, которое по занятию производит товары в законченном виде, сырье и составные части, включенные в производстве других товаров, или которое представляется производителем, указывая на товаре свое имя, торговую марку или другой отличительный знак. Производителем также является любое лицо, которое согласно занятию импортирует на территорию Европейской общности товары с целью продажи, аренды или лизинга, или использует любую другую форму распространения товаров на территории Общности.

(4) Дистрибьютором или торговцем является любое лицо, различное от производителя, которое выпускает товар в обращение. Товар выпущен в обращение, когда производитель освобожден от него добровольно. Товар может быть выпущен в обращение только один раз.

Ст. 131. (1) Возмещению по настоящему разделу подлежит ущерб, причиненный:

1. смертью или телесным повреждением физического лица;

2. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) повреждением или уничтожением вещи, различной от дефектного товара, стоимостью не менее 1000 лв., когда вещь предназначена преимущественно для личного употребления и использована пострадавшим лицом по назначению.

(2) Пострадавшее лицо может осуществить свое право на возмещение за неимущественный ущерб, причиненный дефектным товаром, в общем порядке.

Ст. 132. (1) Товар дефектен, когда он не отвечает общепринятым ожиданиям обычного употребления, при этом принимаются во внимание все обстоятельства, связанные с:

1. представлением товара в отношении следующих элементов: качество, количество, наименование, вид, состав, происхождение, срок годности, отличительные черты, обычное и возможное употребление товара, реклама товара и предоставленная информация о нем, и

2. моментом пуска товара в обращение.

(2) Товар не считается дефектным по единственной причине, что впоследствии пущен в обращение другой товар с лучшими показателями.

Ст. 133. (1) Производитель несет ответственность за ущерб, нанесенный дефектом его товара, независимо от того виновен ли он за дефект товара.

(2) Производитель несет ответственность за дефект даже в том случае, когда товар произведен при соблюдении существующих стандартов и хорошей практики или его пуск в обращение является результатом разрешения, выданного административным органом.

Ст. 134. (1) (Изм. и доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда производитель товара или лицо, импортировавшее товар на территорию Европейской общности, не могут быть установлены, ответственность, предусмотренную ст. 133 несет каждый дистрибьютор или торговец товаром.

(2) Абзац 1 не применяется, когда дистрибьютор или торговец предоставит в 14-дневный срок информацию об имени и адресе производителя, импортера или лица, доставившего товар.

(3) Дистрибьютор или торговец не может направить пострадавшее лицо к лицу вне пределов Республики Болгарии.

Ст. 135. (1) Когда двое или несколько лиц отвечают за один и тот же ущерб, их ответственность солидарна.

(2) При ущербе, причиненном дефектом товара, включенного в другой товар, производитель составной части и лицо, осуществившее монтаж, отвечают солидарно.

Ст. 136. Пострадавшее лицо доказывает ущерб, дефект и причинную связь между ними.

Ст. 137. (1) Производитель не несет ответственности по ст. 133, если докажет, что:

1. он не выпускал товар в обращение, или

2. после того как будут приняты во внимание все обстоятельства, вероятно, что дефект, причинивший ущерб, не существовал к моменту, когда производитель пустил товар в обращение, или дефект появился впоследствии, или

3. он не произвел товар для продажи или для другой формы распространения в торговых целях и не произвел или распространил товар в рамках своей профессиональной деятельности, или

4. дефект причитается соответствию товара с обязательными требованиями, определенными государственными органами, или

5. состояние научно-технических познаний к моменту пуска товара в обращение не позволяло установление дефекта.

(2) Производитель составной части не несет ответственности по ст. 133, если он докажет, что дефект составной части причитается разработке или проектированию товара, в котором эта часть включена, или причитается указаниям товара, которые даны производителем.

Ст. 138. (1) Производитель может быть освобожден от ответственности по ст. 133 или его ответственность может быть снижена, когда ущерб причинен одновременно дефектным товаром и действиями пострадавшего лица или лица, или лица, за которое оно отвечает.

(2) Ответственность производителя не может быть снижена, когда ущерб причинен одновременно дефектным товаром или действием или бездействием третьего лица.

Ст. 139. Ничтожной является любая клаузула в договоре, которая предвидит освобождение или ограничение от ответственности производителя к пострадавшему лицу за ущерб, причиненный по настоящему разделу.

Ст. 140. (1) Иск за возмещение ущерба, причиненного от дефекта товара, может быть предъявлен до трех лет от даты, когда истец узнал или должен был узнать об ущербе, дефекте и о самоличности производителя.

(2) В отношении приостановления и прерывания давности применяются положения Закона об обязательствах и договорах.

Ст. 141. Права пострадавшего лица по настоящему разделу погашаются при истечении 10 лет от даты, когда производитель пустив в обращение товар, причинивший ущерб, за исключением тех случаев, когда пострадавшее лицо в это время предъявило иск против производителя.

Ст. 142. Положения настоящего раздела не лишают пострадавшего лица от его права на возмещение по другому закону.

Глава шестая.

НЕРАВНОПРАВНЫЕ КЛАУЗУЛЫ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ДОГОВОРАХ

Ст. 143. Неравноправной клаузулой в договоре, заключенном с потребителем, является любая договоренность ему во вред, которая не отвечает требованиям добросовестности и ведет к

значительному неравновесию между правами и обязательствами торговца или доставщика и потребителя:

1. освобождает от ответственности или ограничивает ответственность производителя, торговца или доставщика, предвиденной законом, в случае смерти или телесных повреждений потребителя, причиненных в результате действия или бездействия со стороны торговца или доставщика;
2. исключает или ограничивает права потребителя, предвиденные законом, в отношении торговца или доставщика или другого лица при полном или частичном неисполнении или неточном исполнении договоренных обязательств, в том числе исключение возможности зачета обязательства к торговцу или доставщику другим встречным требованием, которое имеет к нему;
3. ставит исполнение обязательств торговца или доставщика в зависимость от условия, исполнение которого зависит единственно от его воли;
4. позволяет торговцу или доставщику задержать заплаченные потребителем суммы, в случае, если последний откажется заключить или исполнить договор, в то же время не предусматривает право потребителя получить возмещение такой же стоимости при неподписании или неисполнении договора со стороны торговца или доставщика;
5. обязывает потребителя при неисполнении его обязательств заплатить необоснованно высокое возмещение или неустойку;
6. позволяет торговцу или доставщику снять с себя свои обязательства по договору по собственному усмотрению, при этом такая же возможность не предоставлена потребителю, также задержать сумму, полученную за престацию, которую он не осуществил, если сам прекратил договор;
7. позволяет торговцу или доставщику прекратить действие бессрочного договора без уведомления, за исключением случаев, когда имеются серьезные основания для этого;
8. предусматривает необоснованно короткий срок для молчаливого согласия на продление договора при отсутствии противопоставления потребителя;
9. налагает потребителю принять клаузулы, с которыми он не имел возможности ознакомиться до заключения договора;
10. позволяет торговцу или доставщику изменять в одностороннем порядке условия договора на основании непредусмотренного в нем основания;
11. позволяет торговцу или доставщику изменять в одностороннем порядке без основания характеристики товара или услуги;
12. предусматривает, что цена определяется при получении товара или предоставлении услуги или дает право торговцу или доставщику повышать цену, а потребитель не имеет права в этих случаях отказаться от договора, если окончательно определенная цена значительно завышена в сравнении с ценой, о которой договорились при заключении договора;
13. дает право торговцу или доставщику определять, отвечают ли товары или услуги указанным в договоре условиям или предоставляет ему исключительное право толковать клаузулы договора;
14. налагает потребителю исполнить свои обязательства, даже если торговец или доставщик не исполнил своих обязательств;
15. дает возможность торговцу или доставщику без согласия потребителя передавать свои права и обязательства по договору, когда это может привести к уменьшению гарантий в пользу потребителя;
16. исключает или препятствует праву предъявления иска или использования других средств со стороны потребителя для решения спора, включает, обязывает потребителя, чтобы он обращался исключительно к определенному арбитражному суду, который не предусмотрен законом; ограничивает необоснованно доказательственные средства, которыми потребитель располагает, или налагает ему доказательственную тяжесть, которая согласно прилагаемого права должна бы быть за счет другой стороны по договору;
17. ограничивает обвязывание торговца или доставщика от взятых через его представителей обязательств или ставит свои обязательства в зависимость от соблюдения определенного условия;
18. ставит другие подобные условия.

Ст. 144. (1) Положение ст. 143, п. 7 не применяется в отношении клаузул, при которых доставщик финансовых услуг сохраняет свое право при наличии основательной причины односторонне и без уведомления прекратить договор, заключенный за неопределенный срок, при условии, что доставщик финансовых услуг обязался известить немедленно другую сторону/стороны по договору о его прекращении.

(2) Положение ст. 143, п. 10 не применяется в отношении клаузул, при которых:

1. доставщик финансовых услуг сохраняет свое право при наличии основательной причины изменять без уведомления процент, причитающийся от потребителя или потребителю, или стоимость всех других расходов, связанных с финансовыми услугами, при условии, если доставщик финансовой услуги обязался уведомить о прекращении другую сторону/стороны по договору в 7-дневный срок и другая сторона/стороны по договору имеет право немедленно прекратить договор;

2. торговец или доставщик финансовых услуг сохраняет свое право изменить в одностороннем порядке условия бессрочного договора, при условии, что он обязался в трехдневный срок информировать потребителя об изменениях и потребитель имеет право прекратить договор.

(3) Положения ст. 143, п. 7, 10 и 12 не применяются в отношении:

1. сделок с ценными бумагами, финансовыми инструментами и другими товарами или услугами, чья цена связана с колебаниями/изменениями на биржевом курсе или индексом или с размером процента на финансовом рынке, которые находятся вне контроля торговца или доставщика финансовых услуг;

2. договоров о покупке или продаже иностранной валюты, дорожных чеков или международных денежных переводов в иностранной валюте.

(4) Положение ст. 143, п. 12 не применяется при клаузулах об индексировании цен, при условии, что клаузулы законосообразны и метод об изменении цен описан подробно и ясно в договоре.

Ст. 145. (1) Неравноправная клаузула в договоре, заключенном с потребителем, оценивается, при этом принимаются во внимание вид товара или услуги – предмет договора, все обстоятельства, связанные с его заключением к дате заключения, а также и все остальные клаузулы договора или другого договора, от которого он зависит.

(2) Оценка неравноправной клаузулы в договоре не включает определения его основного предмета, а также и соответствие между ценой или вознаграждением, с одной стороны, и товаром и услугой, которая будет доставлена или осуществлена замена, с другой стороны, при условии, что эти клаузулы договора ясны и разбираемы.

Ст. 146. (1) Неравноправные клаузулы в договоре являются ничтожными, если только о них договорились индивидуально.

(2) Не являются индивидуальными клаузулы, которые были подготовлены заранее, и по этой причине потребитель не имел возможности влиять на их содержание, особенно в случаях договора на общих условиях.

(3) Обстоятельство, что некоторые условия являются результатом индивидуальной договоренности, не исключает применение настоящего раздела к остальной части договора

(4) Если торговец или доставщик утверждает, что определенное условие договора является результатом индивидуальной договоренности, тяжесть доказывания этого ложится на него.

(5) Наличие неравноправных клаузул в договоре, заключенном с потребителем, не ведет к его ничтожности, если договор может применяться и без этих клаузул.

Ст. 147. (1) Клаузулы договоров, предлагаемых потребителям, должны быть составлены ясно и недвусмысленно.

(2) При сомнении относительно смысла определенного условия, оно толкуется благоприятным для потребителя способом.

Ст. 148. Комиссия по защите потребителей:

1. составляет направления или рекомендации в связи с конкретными неравноправными клаузулами в договорах с общими условиями или в договорах, используемых в определенных отраслях или секторах деятельности;

2. рекомендует использование определенных клаузул в договорах, используемых в определенных специфических отраслях или секторах деятельности;
3. ведет переговоры с представителями обществ торговцев относительно составления примерных договоров, применимых в определенных отраслях или секторах деятельности.

Глава седьмая.

ДОГОВОР О ПРИОБРЕТЕНИИ ЧАСТИЧНОГО ПРАВА НА ПОЛЬЗОВАНИЕ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА ЗА ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ПЕРИОД

Ст. 149. Договор о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период – это договор или группа договоров, заключенных на срок не менее трех лет, на основании которого продавец в рамках своей профессиональной деятельности за оплату общей цены предоставляет потребителю непосредственно или через посредника право на пользование одного или нескольких недвижимых имуществ за определенный период или за период в году, который может быть определен и который не менее 7 дней.

Ст. 150. (1) Потребителем является любое физическое лицо, которое вне обхвата своей профессиональной деятельности заключает сделки по настоящей главе, в пользу которого устанавливается или передается право на пользование недвижимого имущества за период, который может быть определен.

(2) Недвижимое имущество – это любая постройка или часть постройки, предназначенная для обитания, которая является предметом договора по баз. 1.

(3) Продавец – это любое физическое или юридическое лицо, которое в рамках своей профессиональной деятельности учреждает, передает или обязуется передать право на пользование недвижимого имущества за определенный период.

Ст. 151. (1) При заключении договора о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период продавец предоставляет письменную информацию, которая содержит:

1. описание недвижимого имущества или недвижимых имуществ, предлагаемых для пользования за определенный период;
2. данные об обстоятельствах по ст. 152, абз. 2, п. 2 – 9 и п. 11 – 14, за исключением обстоятельств, относящихся к потребителю;
3. указания о возможности получения дополнительной информации.

(2) Информация по абз. 1 составляет нераздельную часть договора о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период.

(3) Информация по абз. 1 может быть изменена единственно в следующих случаях:

1. по взаимному согласию между продавцом и потребителем;
2. когда изменения осуществлены из-за причин, независимых от продавца; в этом случае потребитель должен быть уведомлен письменно о сделанных изменениях до заключения договора.

(4) Договор о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период специально указывает сделанные изменения в информации по абз. 1.

(5) Любая реклама недвижимого имущества, которое является предметом договора о приобретении частичного права на пользование за определенный период, указывает наличие возможности для получения информации по абз. 1, а также и место, где она может быть получена.

Ст. 152. (1) Договор о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период заключается в письменной форме и его экземпляр предоставляется потребителю.

(2) Договор должен содержать, по меньшей мере, следующие элементы:

1. дату и место заключения;
2. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) данные о сторонах – фамилия, имя и отчество, номер документа о самоличности и постоянный адрес

физических лиц, и наименование, единый идентификационный код, адрес управления и юридически организационная форма юридических лиц во время заключения договора;

3. данные о собственнике недвижимого имущества и/или посредника, если таков есть, которые содержат информацию по п. 2;

4. вид и естество права частичного пользования – предмет договора; условия осуществления права на пользование недвижимого имущества за определенный период в стране, где находится имущество; период в году, в течение которого можно пользоваться имуществом, в т.ч. считая с какой даты; информация о законных требованиях к пользованию недвижимого имущества за определенный период; если эти требования не выполнены – информация об условиях, которые должны быть исполнены для приобретения права на пользование имуществом;

5. точное описание недвижимого имущества и его местоположение;

6. при незавершенном строительстве:

а) степень завершенности недвижимого имущества;

б) реальный срок для окончания строительных работ;

в) данные о наличии разрешения на строительство, номер разрешения, имя и адрес органа, осуществляющего строительный надзор; когда для строительства недвижимого имущества не требуется разрешение, указывается дата начала строительства;

г) степень завершения присоединения имущества к общественной инфраструктуре (электричество, ТЭС, служба водоснабжения, телефон и другие);

д) предоставленные гарантии о своевременном окончании строительства и о восстановлении потребителю осуществленных им платежей при несоблюдении срока для завершения строительства, а также и информация о практическом применении гарантий;

7. данные об общественных услугах, к которым потребитель будет иметь доступ и при каких условиях (электричество, вода, поддержка, мусор и другие);

8. общие сооружения и оборудования в недвижимом имуществе, к которым у потребителя будет доступ, как бассейн, сауна и другие, а также и условия, при которых потребитель будет иметь доступ к этим сооружениям, и за какую цену;

9. способ организации поддержки, ремонта, управления хозяйством и управления имуществом;

10. период, в течение которого потребитель может осуществить свое право на пользование недвижимого имущества; продолжительность и частота периода, дата, от которой потребитель может осуществить свое право по договору;

11. цена, которую потребитель должен заплатить за приобретение права пользования недвижимого имущества за определенный период;

12. приблизительный размер суммы, которую потребитель должен заплатить за пользование общими сооружениями и услуг в имуществе; способ исчисления стоимости расходов, связанных с использованием недвижимого имущества потребителем; финансовые обязательства потребителя (налоги, пошлины), а также и дополнительные административные расходы за управление, поддержку и ремонт имущества;

13. порядок, по которому потребитель может прекратить и отказаться от заключенного договора; информация о лице, которое должно быть уведомлено при прекращении или при отказе потребителя от договора, и о способе, которым должно быть осуществлено уведомление; информация о естестве и размере расходов, которые в этом случае оплачиваются за счет потребителя согласно ст. 155, абз. 2;

14. порядок прекращения договора о кредите, связанного с договором о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период, при прекращении или отказе потребителя от основного договора;

15. подтверждение, что приобретение права на пользование недвижимого имущества за определенный период не связано с другими расходами, тягестями и обязательствами, за исключением указанных в договоре;

16. наличие или отсутствие возможности для замены или продажи права на пользование недвижимого имущества за определенный период, а также и для расходов, связанных с заменой и/или продажей права по договору, когда замена или продажа этого права организована продавцом или третьим лицом, указанным им в договоре.

Ст. 153. (1) Когда потребитель живет на территории Республики Болгарии или недвижимое имущество или одно из недвижимого имущества находится на ее территории, договор о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период и информация по ст. 151 о заключении договора составляются на болгарском языке.

(2) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда потребитель живет на территории Республики Болгарии или на территории другого государства, являющегося членом Европейского союза, договор и информация о заключении договора о приобретении частичного права пользования недвижимым имуществом на определенный период составляются на болгарском языке или на языке государства – члена Европейского союза, в котором живет потребитель или гражданином которого он является, по его выбору.

(3) Когда договор по ст. 152 составлен на болгарском языке и на другом языке, потребитель подписывает один из двух вариантов договора на выбранном им языке.

(4) Когда недвижимое имущество или одно из недвижимого имущества находится на территории государства – члена Европейского союза, и договор не составлен на языке этого государства, продавец предоставляет потребителю легализованный перевод договора на языке государства, в котором находится недвижимое имущество.

Ст. 154. (1) Потребитель имеет право отказаться от договора о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период в срок 10 рабочих дней, считая от даты подписания договора двумя сторонами или от заключения предварительного договора между продавцом и потребителем, без мотивации и без причитания возмещения или неустойки.

(2) Потребитель имеет право прекратить договор в срок три месяца, считая от даты его подписания двумя сторонами или от заключения предварительного договора, когда к этому моменту договор не содержит информации, по ст. 152, абз. 2, п. 1 – 5, п. 6, букв. "а" и "б" и п. 10 – 14 и 16.

(3) Когда продавец предоставит информацию по ст. 152, абз. 2, п. 1 – 5, п. 6, букв. "а" и "б" и п. 10 – 14 и 16 в рамках трехмесячного срока по абз. 2, у потребителя есть право отказаться от договора в срок 10 рабочих дней, считая от момента предоставления информации, при этом с него не причитается возмещение или неустойка.

(4) Когда после истечения срока по абз. 2 потребитель не использовал свое право прекратить договор и договор не содержит информацию по ст. 152, абз. 2, п. 1 – 5, п. 6, букв. "а" и "б" и п. 10 – 14 и 16, у потребителя есть право отказаться от договора в срок 10 рабочих дней, считая от даты, которая следует за истечением срока по абз. 2, при этом с него не причитается возмещение или неустойка.

Ст. 155. (1) Потребитель, который желает осуществить свое право по ст. 154, обязан уведомить об этом в письменном виде лицо, указанное в договоре согласно ст. 152, абз. 2, п. 13. Уведомление действительно, когда оно сделано в письменном виде и оно отправлено до истечения соответственного срока по ст. 154.

(2) С потребителя, который осуществит свое право отказаться от заключенного договора по ст. 154, абз. 1, причитаются продавцу только расходы, связанные с заключением и отказом от договора, за действия, осуществленные до истечения срока по ст. 154, абз. 1. Стоимость этих расходов указывается специально в договоре.

(3) С потребителя, который осуществит свое право по ст. 154, абз. 2 на прекращение договора, не причитаются продавцу никакие расходы.

Ст. 156. Никто не имеет права требовать или получать от потребителя авансовый платеж по договору непосредственно или через посредника до истечения срока по ст. 154, в котором потребитель может отказаться от заключенного договора.

Ст. 157. Когда потребитель оплачивает в полной мере или частично цену по договору через кредит, предоставленный ему продавцом или третьим лицом на основании договора между продавцом и третьим лицом, прекращение или отказ потребителя от заключенного договора согласно ст. 154 ведет к прекращению договора о кредите, при этом с потребителя не причитается возмещение или неустойка.

Ст. 158. Любое соглашение между продавцом и потребителем, которое противоречит положениям настоящего закона и ведет к нанесению вреда интересам потребителя или к ограничению ответственности продавца по настоящему закону, является ничтожным.

Ст. 159. (*) (Вступает в силу с 01.01.2007 г.) (1) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда недвижимое имущество находится на территории государства – члена Европейского союза, и применимое к договору право не содержит положения о защите потребителей, соответствующие требованиям Директивы 94/47/ЕО Европейского парламента и Совета, применяется законодательство государства – члена Европейского союза, на территории которого находится недвижимое имущество.

(2) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда законодательство государства – члена Европейского союза, по абз. 1 не соответствует требованиям Директивы 94/47/ЕО или такого законодательства нет, применяются положения настоящего закона.

Ст. 160. (*) (Вступает в силу с 01.01.2007 г., доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Когда недвижимое имущество находится на территории государства, которое не является членом Европейского союза, и потребитель живет на территории Республики Болгарии или на территории другого государства – члена Европейского союза, он не может быть лишен защиты, предоставленной ему настоящим законом, или защиты, предоставленной ему законодательством государства–члена Европейского союза, независимо от применимого права к договору, при условии, что соблюдены следующие условия:

1. договор заключен в государстве, в котором живет потребитель;
2. договору предшествовала специально составленная оферта или реклама, в результате которых потребитель предпринял действия по заключению договора;
3. договор заключен в государстве, в которое потребитель отправился в результате предложения о поездке, сделанного продавцом, с целью заключения договора.

Ст. 161. (1) При несоблюдении требований ст. 152 и 153 договор о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период является недействительным.

(2) В отношении нерегламентированных настоящим разделом случаев применяются положения Закона об обязательствах и договорах.

Глава восьмая.

ОРГАНЫ И ОРГАНИЗАЦИИ ПО ЗАЩИТЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Раздел I.

Административные органы по защите потребителей

Ст. 162. (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма проводит и координирует государственную политику в области защиты потребителей.

Ст. 163. (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма предпринимает меры по интегрированию политики по защите потребителей при проведении других секторных и горизонтальных политик.

Ст. 164. (1) (Бывший текст ст. 164 - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.; изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма:

1. предлагает изменения действующих и принятие новых нормативных актов в области защиты потребителей;
2. издает подзаконные нормативные акты в области защиты потребителей в случаях, предусмотренных законом;
3. дает свое мнение по нормативным актам, имеющим отношение к защите потребителей;
4. руководит работой Национального совета по защите потребителей;
5. координирует деятельностью других административных органов, имеющих отношение к защите потребителей;
6. сотрудничает с административными органами по защите потребителей других государств и является председателем Республики Болгарии в международных организациях по защите потребителей.
7. (новый - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) изготавляет список квалифицированных организаций в Республике Болгарии, которые имеют правовой интерес предъявлять иски о приостановлении или о запрете действия или торговых практик, которые являются в нарушение коллективным интересам потребителей.

(2) (Новый - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.; изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Список, предусмотренный абз. 1, п. 7 изготавляется на основании критериев, определенных распоряжением министра экономики, энергетики и туризма.

(3) (Новый - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.; изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма предоставляет Европейской комиссии список квалифицированных организаций в Республике Болгарии, равно как и их предмет деятельности и право-организационную форму.

Ст. 165. (1) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Комиссия по защите потребителей является юридическим лицом на бюджетной основе – второстепенный распорядитель бюджетными кредитами, с местоположением в Софии. Она является коллегиальным органом при министре экономики, энергетики и туризма с региональными звеньями на территории страны.

(2) (Изм. - ГГ, ном. 18 за 2010 г., в силу с 05.03.2010 г.) Комиссия по защите потребителей состоит из трех членов, в т.ч. из председателя, которые определяются за срок 5 лет решением Совета министров и назначаются министром-председателем. Среди членов комиссии, по крайней мере, один должен быть юрист и один экономист.

(3) Комиссия по защите потребителей:

1. принимает годовой план-программу и периодические планы об осуществлении контрольной деятельности;
2. (изм. и доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) осуществляет контроль над нелояльными торговыми практиками;
3. предъявляет иски о коллективной защите потребителей;
4. составляет направления и рекомендации в связи с конкретными неравноправными клаузулами в договорах;
5. осуществляет контроль по безопасности товаров и услуг в соответствии с требованиями по настоящему закону.

(4) Председатель Комиссии по защите потребителей:

1. представляет комиссию и уполномочивает лиц, которые должны ее представлять;
2. руководит заседаниями комиссии;
3. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) организует и руководит деятельностью комиссии;
4. осуществляет функции органа по назначению в отношении государственных служащих и работодателя в отношении служащих, работающих по трудовым отношениям;
5. заключает договора, необходимые для деятельности комиссии и для ее администрации, или уполномочивает лиц для их заключения;
6. издает индивидуальные административные акты, постановления об административном взыскании и налагает принудительные административные меры и уполномочивает должностных лиц для выдачи постановлений об административном взыскании в предвиденных в нормативных актах случаях.

(5) Председатель и члены Комиссии по защите потребителей должны отвечать следующим условиям:

1. должны быть болгарскими гражданами;
2. должны иметь высшее образование степени "магистр";
3. иметь не менее 5 лет трудового стажа;
4. (изм. – ГГ, ном. 42 за 2009 г.) не занимать должности или не осуществлять деятельности по ст. 19, абз. 6 закона об администрации.

(6) (Изм. – ГГ, ном. 42 за 2009 г.) Каждый член комиссии обязан раскрыть в письменном виде перед комиссией любой частный интерес по смыслу Закона о предотвращении и раскрытии конфликтов интересов при принятии конкретного решения, и не должен участвовать в его обсуждении и голосовании.

(7) (Отм. – ГГ, ном. 42 за 2009 г.)

(8) Полномочия членов комиссии прекращаются при смерти или досрочно:

1. по их письменному заявлению;
2. при установлении несовместимости с требованиями настоящего закона;
3. когда они осуждены на лишение свободы за умышленное преступление общего характера;
4. при невозможности исполнять свои обязательства более трех месяцев;
5. (новый – ГГ, ном. 42 за 2009 г.) при вхождении в силу акта, которым был установлен конфликт интересов по Закону о предотвращении и раскрытии конфликтов интересов.

(9) При прекращении полномочий члена комиссии в срок до одного месяца со дня прекращения полномочий компетентный орган определяет и назначает нового члена до истечения соответственного мандата.

(10) Деятельность, структура и организация работы и численный состав Комиссии по защите потребителей и ее администрации определяются устройственными правилами, принятыми Советом министров.

Ст. 166. Мэр муниципалитета создает в муниципальной администрации звено по защите потребителей, через которое:

1. осуществляет контроль по второй главе, четвертой главе, III разделу и пятой главе, II и III разделу;
2. консультирует потребителей в отношении их прав по настоящему закону;
3. предоставляет Комиссии по защите потребителей информацию об опасных товарах;
4. уведомляет компетентных органов при устанавливании нарушений других нормативных актов, касающихся прав и интересов потребителей.

Раздел II.

Общества потребителей

Ст. 167. (1) Граждане могут объединяться в общества с целью защиты своих прав и интересов как потребителей.

(2) Не могут занимать руководящие должности в органах управления обществ потребителей:

1. служащие в государственных органах и в органах местного самоуправления и местной администрации, которые осуществляют функции по защите потребителей;
2. производители, импортеры, торговцы и доставщики;
3. лица, которые занимают руководящую или контрольную должность в торговом обществе или кооперации;
4. лица, которые занимают руководящую должность в политической партии или организации.

Ст. 168. (1) Общества потребителей являются обществами с некоммерческой целью, которые:

1. действуют исключительно в интерес потребителей;
2. не связаны с определенной политической партией;
3. экономически независимы от производителей, импортеров, торговцев и доставщиков;
4. зарегистрированы в Министерстве юстиции как общества с некоммерческой целью, определенные для осуществления деятельности полезной обществу.

(2) Обстоятельства по абз. 1, п. 2 и 3 доказываются декларацией.

Ст. 169. (1) Общества потребителей имеют следующие права:

1. получать информацию о проектах нормативных актов, относящихся к правам и интересам потребителей, и давать свои мнения по ним;
2. информировать контрольные органы о случаях, в которых нарушены права потребителей;
3. (изм. - ГГ, ном. 41 за 2007 г.) получать информацию от государственных и общественных органов о проектах методик формирования цен на общественные услуги, связанных с теплоснабжением, электроснабжением, водоснабжением и канализацией, транспортом, почтовой и электронной связью;
4. предлагать всем контрольным органам осуществление проверок, анализов и исследований товаров и услуг;
5. содействовать разрешению споров, возникших между потребителями и торговцами;
6. уведомлять суд о нарушении прав и интересов потребителей в случаях и при условиях настоящего закона;
7. заключать коллективные соглашения с обществами торговцев.

(2) Государственные органы и органы местного самоуправления и местной администрации оказывают содействие обществам потребителей в их деятельности, связанной с защитой потребителей.

Ст. 170. (1) Представительным является общество потребителей, которое отвечает следующим условиям:

1. осуществляет эффективную общественную деятельность по защите интересов потребителей, что оценивается в зависимости от:
 - а) осуществленных и распространенных публикаций о защите потребителей;
 - б) проведенных информационных кампаний по ознакомлению потребителей с их правами;
 - в) предпринятых действий по защите коллективных интересов потребителей;
 2. построенные приемные для предоставления советов и информации потребителям, которые должны быть, по меньшей мере, в одной третьей областных городов.
- (2) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Общества потребителей доказывают обстоятельства по абз. 1 министру экономики, энергетики и туризма представлением отчета об осуществленной деятельности по защите потребителей в течение предыдущего года, который предоставляется до 31 января следующего года.
- (3) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма составляет ежегодно список представительных обществ потребителей, отвечающих требованиям абз. 1, который публикуется на Интернет странице Министерства экономики, энергетики и туризма.

Ст. 171. (1) Представительные общества потребителей участвуют в Национальном совете по защите потребителей, в коллективных и консультативных органах по защите потребителей.

(2) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Представительные общества потребителей дают мотивированное предложение министру экономики, энергетики и туризма об определении представителей потребительских организаций, которые должны участвовать в коллективных и консультативных органах по защите потребителей.

Ст. 172. (1) Государство может финансировать общества потребителей по порядку ст. 196 сообразно объему и общественному значению осуществленной работы в интерес потребителей.

(2) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Средства по абз. 1 распределяются министром экономики, энергетики и туризма по его оценке сообразно деятельности и при соблюдении принципов объективности, прозрачности и беспристрастности.

(3) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма согласованно с министром финансов издает Распоряжение об условиях и порядке предоставления финансовых средств обществам потребителей.

Раздел III.

Национальный совет по защите потребителей

Ст. 173. (1) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Национальный совет по защите потребителей – это консультативный орган при министре экономики, энергетики и туризма.

(2) Национальный совет по защите потребителей состоит из председателя, заместителя председателя и 12 членов.

(3) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Председателем Национального совета по защите потребителей является министр экономики, энергетики и туризма, а заместителем председателя – заместитель министра экономики, энергетики и туризма, отвечающий за политику по защите потребителей.

(4) (Изм. - ГГ, ном. 36 за 2008 г.; изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Национальный совет по защите потребителей включает по одному представителю Министерства здравоохранения, Министерства земледелия и продовольствия, Министерства экономики, энергетики и туризма, Министерства транспорта, Министерства финансов и Комиссии по защите потребителей при министре экономики, энергетики и туризма, определенные соответственными министрами, и шесть представителей представительных обществ потребителей.

(5) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Представители представительных обществ потребителей определяются на основании мотивированного предложения, отправленного министру экономики, энергетики и туризма, которое подписано, по меньшей мере, двумя третьими обществ по ст. 170.

(6) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Поименный состав Национального совета по защите потребителей определяется приказом министра экономики, энергетики и туризма.

Ст. 174. (1) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма издает Правила о работе Национального совета по защите потребителей.

(2) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Административное обслуживание Национального совета по защите потребителей обеспечивается Министерством экономики, энергетики и туризма.

Ст. 175. (1) Национальный совет по защите потребителей:

1. (изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) консультирует министра экономики, энергетики и туризма в проведении эффективной потребительской политики;

2. составляет программы по проведению потребительской политики;

3. (изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) предлагает через министра экономики, энергетики и туризма изменения и дополнения в праве по регулированию защиты потребителей;

4. предлагает соответственным государственным органам в связи с эффективным применением законодательства, связанного с защитой потребителя;

5. дает свои мнения по проектам нормативных актов, связанных с правами потребителей;

6. стимулирует заключение соглашений между обществами потребителей и обществами торговцев;

7. обсуждает другие вопросы, связанные с защитой потребителей.

(2) В отношении Национального совета по защите потребителей к нему могут создаваться комиссии и рабочие группы для решения отдельных проблем.

Ст. 176. (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Национальный совет по защите потребителей сзывается на заседание министром экономики, энергетики и туризма, по меньшей мере, один раз в 4 месяца и может принимать решение, когда на заседаниях присутствуют, по меньшей мере, две третьих его членов. Решения принимаются обыкновенным большинством его членов. Национальный совет по защите потребителей может сзываться и половиной его членов.

Ст. 177. Члены Национального совета по защите потребителей не получают вознаграждения за свою работу в нем.

Глава девятая. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СПОРЫ

Раздел I.

Потребительские жалобы и сигналы

Ст. 178. (1) За нарушение прав, предоставленных им настоящим законом, у потребителей и обществ потребителей есть право подавать сигналы, жалобы и заявления контрольным органам, исполняющим функции по защите потребителей. Копии сигналов, жалоб и заявлений могут отправляться и к вышестоящим органам.

(2) Сигналы, жалобы и заявления могут подаваться в письменном виде, устно или другим подходящим способом. Когда необходимо, чтобы сигнал, жалоба или заявление были поданы в письменном виде или чтобы они отвечали определенным требованиям, подателю даются соответственные разъяснения.

(3) Сигналы, жалобы и заявления, поданные некомпетентному органу, пересылаются не позже 7 дней от даты их поступления к компетентному органу, при этом уведомляются их податели. Сигнал, жалоба или заявление не пересылаются, когда есть данные, что вопрос отправлен и к компетентному органу.

Ст. 179. (1) Государственные органы обязаны регистрировать поданные им сигналы, жалобы и заявления потребителей и образовывать производство по их рассмотрению. По анонимным сигналам производство не образуется.

(2) Орган, которому подан сигнал, жалоба или заявление, обязан направить потребителя и разъяснить ему его права и обязательства.

(3) Лицам, чьи требования незаконнообразны или неосновательны или не могут быть удовлетворены по объективным причинам, указываются причины этого.

Ст. 180. (1) Когда по сигналу, жалобе или заявлению нет необходимости осуществлять проверку, компетентный орган обязан рассмотреть случай и принять решение в 14-дневный срок, а в остальных случаях – в одномесячный срок от даты поступления сигнала, жалобы или заявления.

(2) Решение по сигналу, жалобе или заявлению сообщается в письменном виде подателю и другим заинтересованным лицам и организациям, если есть такие, в 7-дневный срок от даты его постановления.

(3) Решения с большим общественным значением могут разглашаться через печать или другим подходящим способом по оценке органа, который их постановил.

(4) Когда в сигнале, жалобе или заявлении отправлено требование, которое не уважено, компетентный орган в своем ответе к подателю излагает свои соображения и мотивы об этом.

Ст. 181. (1) Сигналы, жалобы и заявления, поданные повторно по вопросу, по которому есть решение, не рассматриваются, за исключением тех случаев, когда они имеют связь с исполнением решения или основываются на новых фактах и обстоятельствах.

(2) Сигналы, жалобы и заявления, которые не рассматриваются, возвращаются подателю, при этом ему сообщаются и основания об этом.

(3) На сигналы, жалобы и заявления по вопросам, на которые было отвечено по абз. 2, но они содержат новые обстоятельства, отвечается только на новые обстоятельства.

Раздел II.

Комиссии по перемирию

Ст. 182. (1) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма создает комиссии по перемирию, которые содействуют разрешению споров между потребителями и торговцами, включительно в связи с гарантированной ответственностью, правом на рекламацию товаров или услуг и неравноправных клаузул в договорах, с торговыми практиками и договорами, заключенными с потребителями.

(2) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма определяет приказом местоположение и район действия комиссий по перемирию и одобряет список их членов, которые будут содействовать достижению соглашения между потребителями и торговцами. Приказ обнародуется в "Государственной газете".

(3) Содействие по абз.1 осуществляется по заявлению потребителя с местожительством или местоположением в районе действия соответственной комиссии по перемирию.

(4) Производство перед комиссией по перемирию не является обязательной предпосылкой для предъявления иска перед судом.

Ст. 183. (1) Комиссия по перемирию включает по одному представителю Комиссии по защите потребителей, определенного ее руководителем, представителя обществ торговцев и представителя общества потребителей. Два последних представителя определяются одобренным списком по ст. 182, абз.2 по предложению соответствующих обществ в соответствии с предметом заявления.

(2) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Если комиссия по перемирию не может быть сформирована по причине нехватки представителя обществ торговцев или общества потребителей, министр экономики, энергетики и туризма определяет приказом комиссию по перемирию, которая будет содействовать разрешению споров в районе, в котором не может быть создана комиссия по перемирию.

Ст. 184. (1) Комиссия по перемирию содействует добровольному урегулированию споров через подписание соглашения между сторонами по спору.

(2) Если сторона по спору не выполняет своих обязательств согласно соглашению, то другая сторона может обратиться в суд для рассмотрения спора - предмета соглашения.

Ст. 185. (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Министр экономики, энергетики и туризма издает Правила о работе комиссий по перемирию.

Раздел III.

Средства для коллективной защиты потребителей. Иски о приостановлении нарушений и о возмещении потребителей

Ст. 186. (1) (Вступает в силу с 01.01.2007 г., доп. - ГГ, ном. 53 за 2006 г., доп. - ГГ, ном. 59 за 2007 г., вступает в силу с 01.03.2008 г) Общества по защите потребителей могут предъявлять иск о приостановлении или о запрете действий или торговых практик, которые нарушают коллективные интересы потребителей, включенные в список по основаниям, указанным в ст. 164, абз. 1, п. 7. Иск рассматривается в порядке, предусмотренном главой тридцать третьей "Производство по коллективным искам" Гражданского процессуального кодекса.

(2) Нарушение коллективных интересов потребителей – это любое действие, которое вредит коллективным интересам потребителей и противоречит следующим положениям:

1. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г., изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) четвертой главе, I разделу "Договор, заключенный вне торгового объекта" и II разделу "Договор о продаже на расстоянии", пятой главе, II разделу "Гарантия потребительского товара", шестой главе "Неравноправные клаузулы в потребительском договоре" и седьмой главе "Договор о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период";

2. четвертой главе, II разделу "Организованные групповые и индивидуальные туристические поездки с общей ценой" Закона о туризме;

3. четвертой главе "Реклама, радио- и телевизионный рынок и спонсорство" Закона о радио и телевидении;

4. (изм. - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г., изм. - ГГ, ном. 31 за 2007 г., ступает в силу с 13.04.2007 г.) десятой главе "Реклама лекарственных продуктов" Закона о лекарственных продуктах в гуманной медицине;

5. (новый – ГГ, ном. 51 за 2006 г., в силу с 24.12.2006 г.) Закону об электронной торговле;

6. (новый - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.) Закону о потребительском кредите;

7. (новый - ГГ, ном. 105 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) . Закону о предоставлении финансовых услуг на расстоянии;

8. (бывший п. 5 – ГГ, ном. 51 за 2006 г., вступает в силу с 24.12.2006 г., бывший п. 6, доп. – ГГ, ном. 51 за 2006 г., в силу с 24.12.2006 г., бывший п. 7 - ГГ, ном. 105 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) другим законам, имеющим отношение к защите потребителей, или;

9. (новый - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г., бывший п. 8 - ГГ, ном. 105 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) национальному законодательству государства - члена Европейского союза, которое вводит следующие директивы:

а) (изм. – ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

б) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Директиву 85/577/ЕИО Совета относительно защиты потребителей в связи с договорами, заключенными вне торговых объектов;

в) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г., изм. - ГГ, ном. 18 за 2010 г., вступает в силу с 12.05.2010 г.) Директиву 2008/48/ЕО Европейского парламента и Совета от 23 апреля 2008 г. относительно договоров о потребительских кредитах и об отмене Директивы 87/102/ЕИО Совета (ОВ, L 133 /66 от 22 мая 2008 г.);

г) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Директиву 89/552/ЕИО Совета относительно координирования некоторых положений, сформулированных в действующих законах, подзаконных и административных актах государств-членов, относящихся к осуществлению телевизионной деятельности;

д) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Директиву 90/314/ЕИО Совета от 13 июня 1990 года относительно туристических поездок, имеющих общую цену, туристических каникул, имеющих общую цену и туристических круизов, имеющих общую цену;

е) (изм. – ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

ж) Директиву 93/13/ЕИО Совета относительно неравноправных клаузул в потребительских договорах;

з) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Директиву 94/47/ЕО Европейского парламента и Совета относительно защиты покупателей в связи с

определенными аспектами договоров, связанных с получением права временного пользования недвижимой собственностью;

и) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Директиву 97/7/ЕО Европейского парламента и Совета относительно защиты потребителя в отношении договоров на расстоянии;

к) Директиву 99/44/ЕО Европейского парламента и Совета относительно некоторых аспектов продажи потребительских товаров и связанных с ними гарантий;

л) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Директиву 2000/31/ЕО Европейского парламента и Совета о некоторых правовых аспектах услуг информационного общества, и в особенности электронной торговли на внутреннем рынке (Директива об электронной торговле);

об услугах информационного общества и электронной торговле;

м) (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Директиву 2002/65/ЕО Европейского парламента и Совета относительно дистанционной торговли потребительскими финансовыми услугами и об изменении Директивы 90/619/ЕИО Совета и директив 97/7/ЕО и 98/27/ЕО;

н) (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г. Директиву 2005/29/ЕО Европейского парламента и Совета относительно нелояльных торговых практик со стороны торговцев к потребителям на внутреннем рынке и изменения Директивы 84/450/ЕИО Совета, директивы 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО Европейского парламента и Совета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 Европейского парламента и Совета;

о) (новый - ГГ, ном. 15 за 2010 г., вступает в силу с 23.02.2010 г.) Директиву 2006/123/ЕО Европейского парламента и Совета от 12 декабря 2006 г. относительно услуг на внутреннем рынке.

(3) (Изм. - ГГ, ном. 53 за 2006 г., в силе от 30.06.2006 г., изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., изм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) Иск о приостановлении или о запрете действий или торговых практик, которые осуществляются в нарушение коллективных интересов потребителей, может предъявлять и Комиссия по защите потребителей.

Ст. 186а. (новая - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.) (1) Иск, предусмотренный ст. 186, абз. 1 может предъявить и квалифицированная организация государства-члена Европейского союза, на территории которого наступили последствия нарушения коллективных интересов потребителей, совершенного на территории Республики Болгарии.

(2) Квалифицированная организация может предъявить иск по основаниям, указанным в абз. 1, при условии что:

1. нарушение наносит урон интересам, которые являются объектом защиты этой квалифицированной организации;

2. организация включена в список квалифицированных организаций, изготовленный Европейской комиссией и опубликованный в "Официальной газете" Европейского союза.

(3) Суд решает, позволяет ли предмет деятельности квалифицированной организации, внесенной в список, предусмотренный абз. 2, п. 2, предъявить ей иск в защиту коллективных интересов потребителей.

Ст. 186б. (новая - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.) (1) (доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Суд рассматривает незамедлительно иск по основаниям, указанным в ст. 186, абз. 1 и 3, вынося решение в 14-дневный срок с момента поступления искового заявления. В день поступления искового заявления на основании мотивированного и подкрепленного доказательствами требования суд налагает меры обеспечения приостановления нарушения в порядке, предусмотренном Гражданским процессуальным кодексом.

(2) Решение суда подлежит незамедлительному исполнению, вне зависимости от того, является ли обжалованным. Обжалование решения не останавливает его исполнения.

(3) В 7-дневный срок со времени вынесения решения суд отправляет копию решения министру экономики и энергетики.

Ст. 187. Когда суд примет, что определенная торговая практика или действие составляет нарушение по ст. 186, он может:

1. обязать производителя, импортера, торговца и доставщика огласить подходящим способом и за свой счет судебное решение или его часть и/или сделать публичное корректирующее изъяснение в целях устранения эффекта нарушения;
2. дать распоряжение производителю, импортеру, торговцу и доставщику приостановить незаконную торговую практику или устранить от договора неравноправную клаузулу в определенный срок;
3. постановить другие подходящие меры по приостановлению нарушений по заявлению лиц по ст. 186, абз. 1.

Ст. 188. (1) Общества потребителей имеют право предъявлять иск о возмещении убытков, причиненных коллективным интересам потребителей.

(2) (отм. - ГГ, ном. 59 за 2007 г., вступает в силу с 01.03.2008 г.)

(3) (отм. - ГГ, ном. 59 за 2007 г., вступает в силу с 01.03.2008 г.)

(4) Когда заявление о возмещении предъявлено более одним обществом потребителей, возмещение присуждается всем истцам общим распоряжением.

(5) Полученное возмещение может быть израсходовано только для защиты интересов потребителей.

Ст. 189. (1) Когда ущерб нанесен двоим или нескольким потребителям, общества потребителей могут предъявить от их имени иск перед судом о возмещении понесенного ущерба, при условии, что:

1. потребители могут быть установлены;

2. потребители понесли индивидуальный ущерб, нанесенный одним и тем же производителем, импортером, торговцем или доставщиком, и ущерб имеет одно и то же происхождение;

3. общество потребителей было уполномочено специальным письменным полномочием о процессуальном представительстве, по меньшей мере, двумя потребителями подать иск о возмещении от имени этих потребителей и чтобы оно их представляло в процессе.

(2) (отм. - ГГ, ном. 59 за 2007 г., вступает в силу с 01.03.2008 г.)

(3) (отм. - ГГ, ном. 59 за 2007 г., вступает в силу с 01.03.2008 г.)

(4) Условия абз. 1 должны быть налицо и для предъявления гражданских исков в уголовном процессе по порядку Уголовного процессуального кодекса.

(5) (отм. - ГГ, ном. 59 за 2007 г., вступает в силу с 01.03.2008 г.)

Ст. 190. (Изм. - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.) Иски по настоящему разделу предъявляются по месту осуществления нарушения или по постоянному адресу либо по месту нахождения ответчика.

Ст. 190а. (Новая - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г., отм. - ГГ, ном. 59 за 2007 г., вступает в силу с 01.03.2008 г.)

Глава десятая.

КОНТРОЛЬ

Ст. 191. (1) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Контроль по данному закону осуществляется Комиссией по защите потребителей при министре экономики, энергетики и туризма.

(2) Контроль по пятой главе, I разделу "Общая безопасность товаров и услуг" осуществляется органами по ст. 82.

(3) Контроль по второй главе, четвертой главе, III разделу и пятой главе, II и III разделу осуществляется и звеньями по защите потребителей в муниципальных администрациях.

Ст. 192. Должностные лица контрольных органов по ст. 191 имеют следующие права:

1. право на свободный доступ в производственные и торговые объекты;

2. право требовать необходимые документы в связи с осуществляемым ими контролем;

3. право брать пробы и образцы для лабораторных исследований;

4. право привлекать экспертов в соответствующей области, когда проверка особенно сложна и требует специальных знаний;

5. право составлять акты по установлению нарушения.

Ст. 192а. (Новая - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.) (1) Должностные лица из Комиссии по защите потребителей имеют право и:

1. на доступ ко всем документам, связанным непосредственно или косвенно с нарушением настоящего закона, независимо от формы документа;
2. распорядиться в отношении каждого лица предоставить сведения о нарушении настоящего закона, которые ему известны;
3. осуществить проверки на месте.

(2) Председатель Комиссии по защите потребителей имеет право:

1. распорядиться в письменной форме в отношении нарушителя приостановить нарушение настоящего закона;
2. потребовать от нарушителя декларировать, что он приостановит нарушение настоящего закона и, если является необходимым, обязать его сделать декларацию общественным достоянием;
3. распорядиться прекратить или запретить каждое нарушение настоящего закона и, если является необходимым, сделать общественным достоянием распоряжение о прекращении или запрете нарушения.

Ст. 193. Должностные лица контрольных органов по ст. 191 обязаны:

1. устанавливать точно факты при осуществлении ими контроля;
2. давать обязательные предписания, направленные на устранение несоответствия и нарушения закона;
3. давать заключения по возражениям в связи с установленными нарушениями;
4. хранить служебную, производственную и торговую тайну и не разглашать данные о проверках до их окончания, а также и не использовать информацию о проверке вне ее предназначения;
5. уведомлять соответствующий специализированный орган контроля в случаях, когда считают, что налицо существует нарушение другого нормативного акта.

Ст. 194. Специализированные органы контроля, предусмотренные в других нормативных актах, контрольные функции которых связаны непосредственно или косвенно с защитой потребителей, содействуют Комиссии по защите потребителей, а именно:

1. уведомляют ее о случаях, в которых считают, что налицо существует нарушение данного закона;
2. участвуют в осуществлении совместных проверок.

Ст. 195. (Доп. - ГГ, ном. 108 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.; изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Штрафы и санкции, собранные согласно настоящему закону, подлежат администрированию по бюджету Министерства экономики, энергетики и туризма, за исключением штрафов и санкций на основании постановлений об административной ответственности, выданных мэрами муниципалитетов или уполномоченными ими должностными лицами, которые поступают в соответствующий муниципальный бюджет.

Ст. 196. (1) (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) По бюджету Министерства экономики, энергетики и туризма предвидятся средства в отношении следующих деятельности по настоящему закону:

1. составление нормативных актов по защите потребителей;
2. программы и участия в национальных и международных выступлениях по защите потребителей;
3. помогают деятельности обществ потребителей по ст. 172;
4. обеспечивают работу Национального совета по защите потребителей;
5. информации и популяризации деятельности по защите прав потребителей;
6. квалификации и обучения служащих органов по защите потребителей;
7. помощи деятельности комиссий по перемирию по ст. 182;
8. создание, развитие и поддержка материальной базы контрольных органов;
9. анализы и экспертизы, связанные с контрольной деятельностью по настоящему закону;
10. страховка служащих контрольных органов по настоящему закону;
11. вознаграждения независимых экспертов, консультантов и внештатных сотрудников и обеспечение условий для их работы;
12. командировки служащих контрольных органов по настоящему закону на территории страны;

13. другие расходы, связанные с защитой потребителей.

(2) Служители контрольных органов по настоящему закону имеют право на материальное стимулирование.

(3) Суммы за материальное стимулирование одного лица по абз. 2 за один календарный год не могут превышать 8 его основных месячных рабочих зарплат.

Глава одиннадцатая.

ПОЛОЖЕНИЯ ОБ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Ст. 197. За нарушение ст. ст. 4, 5, 6 и 8 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 300 до 1 500 лв.

Ст. 198. За нарушение требований наклеивания этикеток на товары по ст. 9, 10 и 11 и Распоряжений по ст. 12 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 300 до 1 500 лв.

Ст. 199. За нарушение ст. 13 и 14 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 2 500 лв.

Ст. 200. За нарушение положений ст. 15, 16, 17, 19, ст. 20, абз. 1 и ст. 21 – 29 и Распоряжений по ст. 31 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 300 до 3 000 лв.

Ст. 201. За нарушение положений ст. 30 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 3 000 лв.

Ст. 202. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 203. (Отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

Ст. 204. За нарушение положения ст. 46 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 3 000 лв.

Ст. 205. За нарушение положения ст. 51 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 5 000 до 15 000 лв.

Ст. 206. (Изм. - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.) Лицу, которое не исполнит свои обязательства по предоставлению информации потребителю по ст. 52, или ст. 59, налагается штраф от 100 до 1 000 лв., а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 300 до 3 000 лв.

Ст. 207. (отм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.)

Ст. 208. Лицу, которое, нарушая ст. 62, абз. 1, доставляет товары или предоставляет услуги потребителю за оплату без специального и предварительного заявления со стороны потребителя, налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 1 000 до 3 000 лв.

Ст. 209. За нарушение ст. ст. 63, 64, ст. 65, абз. 1 и ст. 66 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 3 000 лв.

Ст. 210. За нарушение ст. 67 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 3 000 лв.

Ст. 210а. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., в силе от 08.09.2007 г., изм. и доп. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.) За нарушение ст. 68в, 68г, ст. 68ж, п. 1 - 11, 13, 15, 18 - 23 и ст. 68к, п. 3 - 6 виновным

лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лица - имущественная санкция, в размере от 500 до 10 000 лв.

Ст. 210б. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) За нарушение ст. 68ж, п. 12, 14, 16 и 17 и ст. 68к, п. 1, 2, 7 и 8 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лица - имущественная санкция, в размере от 1000 до 15 000 лв.

Ст. 211. За нарушение ст. 69, абз. 1 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 5 000 до 25 000 лв.

Ст. 212. Производителю или доставщику услуг, который предлагает товары и услуги потребителям, при этом он не оценил и не удостоверил их соответствие с нормативно установленными требованиями по безопасности по ст. 72, налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 5 000 до 10 000 лв.

Ст. 213. За нарушение положений ст. 73, абз. 1 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 1 000 до 3 000 лв.

Ст. 214. За нарушение ст. 76 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 1 000 до 3 000 лв.

Ст. 215. Лицу, которое не исполнит распоряжение или обязательное предписание контрольного органа по предпринятию мер по обеспечению безопасности товаров и услуг по ст. 75, абз. 3, ст. 84, 85, ст. 86, абз. 1, ст. 87, ст. 88, абз. 1, ст. 89, абз. 1, 2 и 3, ст. 92, 93 и 100, налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 3 000 до 15 000 лв.

Ст. 216. За нарушение ст. 77 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 1 000 до 3 000 лв.

Ст. 217. (1) Лицу, которое откажется дать доступ к производственным или торговым помещениям или складам или каким либо способом воспрепятствует контрольному органу исполнить свои служебные обязательства по ст. 94, налагается штраф в размере 1 000 лв.

(2) При повторном нарушении виновному лицу налагается штраф в размере от 3 000 до 5 000 лв.

Ст. 218. За неисполнение обязательства по ст. 79 и 80 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 3 000 до 10 000 лв.

Ст. 219. За нарушение Распоряжения по ст. 99 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 5 000 лв.

Ст. 220. За нарушение положения ст. 101, абз. 3 должностному лицу налагается штраф в размере от 1 000 до 5 000 лв., за исключением тех случаев, когда нарушение является преступлением по Уголовному кодексу.

Ст. 221. За нарушение положений ст. 118, 119 и 120 о предоставлении гарантий потребителем товарам в письменной форме и о требованиях к информации, которая должна быть указана в заявлении о гарантии, виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 1 500 лв.

Ст. 222. За неисполнение положений ст. 123, абз. 2 и ст. 127 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 3 000 лв.

Ст. 222а. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Тот, кто не вынес решения в срок, предусмотренный ст. 113 относительно принятой им рекламации, наказывается штрафом, а единоличные торговцы и юридические лица – имущественной санкцией, в размере от 1000 до 3000 лв.

Ст. 223. Лицу, которое не исполнит свои обязательства по ст. 151, абз. 1 – 4, ст. 152 и 153, налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 300 до 3 000 лв.

Ст. 224. Лицу, которое транслирует или предоставляет трансляции за свой счет рекламу о заключении договора о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период, которая не отвечает требованиям ст. 151, абз. 5, налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 500 до 3 000 лв.

Ст. 225. Лицу, которое, нарушая ст. 156, требует или принимает платеж от потребителя по договору о приобретении частичного права на пользование недвижимого имущества за определенный период до истечения срока по ст. 154, в котором у потребителя есть право отказаться от заключенного договора, налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 1 000 до 5 000 лв.

Ст. 225а. (Новая - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) (1) Тот, кто не исполнил судебного решения, предусмотренного ст. 186б, наказывается штрафом от 1000 до 10 000 лв., а единоличные торговцы и юридические лица – имущественной санкцией от 1000 до 20 000 лв.

(2) Штраф или имущественная санкция налагается в порядке, предусмотренном ст. 405 Закона о судебной власти.

Ст. 226. (1) Лицу, которое не исполнит распоряжение суда о предпринятии мер по ст. 187 о приостановлении нарушений или лицу, которое вопреки распоряжениям суда продолжает осуществлять незаконную торговую практику или предлагать договора с неравноправными клаузулами в отношении потребителей, налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 5 000 до 25 000 лв.

(2) Штраф или имущественная санкция налагается по порядку ст. 201 Закона о судебной власти.

Ст. 227. Должностному лицу, которое не исполнит обязательство по настоящему закону, налагается штраф от 100 до 1 000 лв.

Ст. 228. За нарушения настоящего закона, вне тех, которые указаны в настоящей главе, виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 100 до 500 лв.

Ст. 229. За нарушение Распоряжений и других нормативных актов по применению настоящего закона, в отношении которых не предвидены санкции по настоящей главе, виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 50 до 500 лв.

Ст. 230. За неисполнение обязательного предписания контрольного органа по защите потребителей об устранении несоответствий и нарушений закона, вне случаев по ст. 215, виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в размере от 200 до 1 000 лв.

Ст. 230а. (Новая - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г.) За неисполнение распоряжения, предусмотренного ст. 192а, абз. 1, п. 2 и абз. 2 виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция, в размере от 500 до 2000 лв.

Ст. 231. При повторном нарушении по настоящей главе виновным лицам налагается штраф, а единоличным торговцам и юридическим лицам – имущественная санкция в двойном размере.

Ст. 232. (1) В случае санкционированного с вступившим в силу постановлением об административном взыскании по настоящему закону, контрольный орган предлагает органу, издавшему лицензию и/или разрешение об осуществлении деятельности, отнять его.

(2) Орган, издавший лицензию и/или разрешение об осуществлении деятельности, произносится в отношении предложения мотивированным решением, о результатах которого уведомляет немедленно контрольного органа по абз. 1, а если отнимает лицензию или разрешение, указывает и дату, и основание его отнятия.

Ст. 233. (1) Акты об установлении нарушений составляются должностными лицами, определенными руководителем соответственного контрольного органа или мэром муниципалитета.

(2) Постановления об административном взыскании издаются руководителем контрольного органа, мэром муниципалитета или уполномоченными ими должностными лицами.

(3) Установление нарушений, выдача, обжалование и исполнение постановления об административном взыскании осуществляются по порядку Закона об административных нарушениях и наказаниях.

Дополнительные положения

§ 1. При противоречии положений двух законов применяются те законы, которые обеспечивают более высокую степень защиты потребителей.

§ 1а. (Новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) При противоречии между положениями главы четвертой, раздела IV и положениями законодательства Европейской общности, имеющими прямое действие, которые содержат специальные требования относительно нелояльных торговых практик, применяются положения законодательства Европейской общности

§ 1б. (Новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) При противоречии между положениями главы четвертой, раздела IV и положениями другого закона, которые предусматривают более строгие требования относительно нелояльных торговых практик, применяется настоящий закон.

§ 2. Положения пятой главы, I раздела применяются в отношении всех товаров и услуг, независимо от способа продажи, включительно продажи на расстоянии и электронным путем.

§ 3. Положения пятой главы, I раздела применяются и в отношении товаров, предназначенных для профессионального использования, которые могут быть использованы потребителями, когда, использованные при разумно предвидимых условиях, товары могут создать риски для здоровья и безопасности потребителей.

§ 4. Положения пятой главы, I раздела не применяются в отношении товаров, бывших в употреблении, когда они доставлены как предметы античности (антикварные товары) или как товары, которые нуждаются в подчинении или переработке, до их использования, при условии, что доставщик уведомит ясно лицо, которому он доставляет товар, о необходимости ее переработки или подчинении.

§ 5. Когда в другом нормативном акте в отношении некоторых товаров или видов товаров есть специальные требования по безопасности, положения пятой главы, I раздела применяются в отношении всех остальных случаев и рисков или категорий рисков, которые не предвидены в специальном нормативном акте.

§ 6. (Изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Положения пятой главы, I раздела, ст. 69 – 72 применяются и к косметическим продуктам в отношении рисков, которые не являются предметом правовой регламентации в специальном нормативном акте.

§ 7. (Изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Положения пятой главы, I раздела, ст. 74 – 81, 90 и 91 применяются и в отношении игрушек, косметических продуктов, личных предохранительных средств и электрических сооружений, предназначенных для использования в определенных границах напряжения.

§ 8. Положения пятой главы, I раздела, ст. 83, 84, 85, 87, 88 и 89 применяются и в отношении электрических сооружений, предназначенных для использования определенных границ напряжения.

§ 9. Положения пятой главы, II раздела применяются и в отношении договоров подряда и о производстве. Положения пятой главы, II раздела применяются и в отношении газа и воды, когда они упакованы в определенном объеме и с определенным количеством.

§ 10. Положения пятой главы, II раздела не применяются в отношении продаж, осуществляемых государственным или частным судебным исполнителем, а также и в отношении продаж оставленных или отнятых в пользу государства товаров, осуществляемых государственными органами. Положения пятой главы, II раздела не применяются и в отношении электричества и товаров, продаваемых на публичных торгах.

§ 11. Положения пятой главы, IV раздела не применяются в отношении ущерба, причиненного несчастными случаями, причиненными атомной энергией, условия и порядок о которых регламентированы в другом нормативном акте или происходят от обязательств, предвиденных в международных конвенциях, по которым Республика Болгария является стороной.

§ 12. Положения пятой главы, IV раздела не применяются в отношении товаров, выпущенных в обращение до вступления в силу настоящего закона.

§ 13. По смыслу настоящего закона:

1. "Потребитель" – это любое физическое лицо, которое приобретает товары или пользуется услугами, которые не предназначены для осуществления торговой или профессиональной деятельности, и любое физическое лицо, которое как сторона по договору по настоящему закону действует вне рамок своей торговой или профессиональной деятельности.

2. (доп. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Торговец" – это любое физическое или юридическое лицо, которое продает или предлагает на продажу товары, предоставляет услуги или заключает договор с потребителем, как часть своей торговой или профессиональной деятельности в публичном или в частном секторе, равно как и каждое лицо, которое действует от его имени и за его счет.

3. "Производитель" - это любое физическое или юридическое лицо, которое:

а) по занятию производит товары в завершенном виде или существенно изменяет или переделывает товар в связи с выпуском его на рынок;

б) представляется производителем, при этом устанавливая на товаре, его упаковке или на технической или торговой документации о товаре свое имя или фирму, свой производственный или другой отличительный знак.

4. "Доставщик" - это любое физическое или юридическое лицо по сети доставки товара, которое по занятию передает собственность или учреждает, или передает другие имущественные права на товар в пользу другого доставщика или торговца, или которое заключает договор с потребителем в публичном или частном секторе.

5. (изм. - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Импортер" - это любое физическое или юридическое лицо, которое импортирует товар на территорию Европейской общности как часть своей торговой или профессиональной деятельности с целью распространения товара на территории Европейской общности.

6. "Выпуск на рынок" - это первое предоставление товара или услуги расположению потребителей за оплату или бесплатно с целью его использования или употребления.

7. "Упаковка" - это посуда и любые другие приспособления или материалы, которые пригодны для исполнения функции содержать и сохранять разные товары, предлагаемые напрямую потребителю.

8. "Цена продажи" - это конечная цена за единицу или за определенное количество товара или услуги, включающая налог на добавленную стоимость и все дополнительные налоги и пошлины.

9. "Цена за единицу меры" - это конечная цена, включающая налог на добавленную стоимость и все дополнительные налоги и пошлины за единицу меры предлагаемого товара.

- Единица меры – это: в отношении товаров, продаваемых в зависимости от их объема – 1 литр или кубический метр; в отношении товаров, продаваемых в зависимости от их веса – 1 килограмм; в отношении товаров, продаваемых в зависимости от длины – 1 метр; в отношении товаров, продаваемых в зависимости их площади – 1 квадратный метр.
10. "Товары, продаваемые в насыпном состоянии" - это товары, которые не пакированы предварительно и взвешиваются в присутствии потребителя.
11. "Аукцион" - это процедура по организации продажи товаров, при которой проявившим интерес к товару лицам предоставляется возможность, чтобы они ознакомились с ним и чтобы они предложили цену.
12. "Финансовая услуга" - это любая услуга, связанная с деятельностью кредитных институтов, страховых компаний и инвестиционных фирм, как:
- а) принятие депозита и других платежных средств;
 - б) предоставление кредита, в т.ч. потребительского кредита или кредита, обеспеченного ипотекой;
 - в) финансовый лизинг;
 - г) денежный трансферт, выдача и управление платежными средствами;
 - д) обмен валюты;
 - е) предоставление гарантии и принятие обязательств;
 - ж) принятие, передача и/или исполнение заказов и предоставление услуг в отношении следующих финансовых продуктов: инструменты на денежном рынке, передача ценных бумаг, финансовые фьючерсы и опции, и инструменты, связанные с валютными курсами и с процентом;
 - з) управление портфельных инвестиций и предоставление советов по инвестированию относительно инструментов по букве "ж";
 - и) сохранение и управление ценными бумагами;
 - к) (изм. - ГГ, ном. 59 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) предоставление банковских сейфов;
 - л) страховка "Жизнь";
 - м) все остальные страховки, за исключением страховки по букве "л";
 - н) страховка, связанная с инвестиционным фондом;
 - о) медицинская страховка;
 - п) индивидуальная пенсионная схема.
13. "Товар" - это продукт трудовой деятельности, который предназначен для употребления или может быть использован потребителем, даже если он не предназначен ему, и который доставляется или предоставляется при осуществлении торговой деятельности, независимо от того, предлагается ли он за оплату или безвозмездно, и является ли он новым, использованным или обновленным.
14. "Услуга" - это любая материальная или интеллектуальная деятельность, которая осуществляется независимым способом, предназначена для другого лица и передачу владения вещи не является основным предметом.
15. "Серьезный риск" - это любая серьезная опасность для здоровья и безопасности потребителей, которая требует быстрого вмешательства контрольных органов, в т.ч. опасность, эффекты которой не проявляются немедленно.
16. "Изъятие товара" - это любая мера, имеющая цель обеспечить возврат опасного товара, доставленного производителем или дистрибьютором.
17. "Удаление товара" - это любая мера, имеющая цель предотвратить распространение, предоставление опасного товара на продажу, а также и его предложение потребителям.
18. "Профессиональная тайна" - это любая информация, которую контрольные органы приобретают в целях контроля безопасности или в связи с ним и разглашение которой может угрожать торговому интересу или престижу производителя, дистрибьютора, доставщика услуг или третьему лицу. Профессиональная тайна не является служебной тайной по смыслу Закона о защите классифицированной информации.
19. "Пострадавшее лицо" - это любое физическое лицо, понесшее имущественный ущерб в результате дефекта товара.
20. "Пуск в обращение" – это предоставление товара первый раз доставщику или торговцу бесплатно или за оплату, при этом он переходит от этапа производства или импорта к этапу распространения по сети доставки, включительно сохранение товара с целью продажи или дистрибуции.

21. "Повторное" - это нарушение, осуществленное в течение одного года от вступления в силу постановления об административной ответственности, которым наложено наказание за тот же вид нарушения.

22. (новый - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 01.01.2007 г.) "Квалифицированная организация" - каждая организация, учрежденная согласно требованиям национального законодательства государства - члена Европейского союза с целью защиты коллективных интересов потребителей, которая имеет правовой интерес предъявить иск о приостановлении или о запрете действий или торговых практик, которые являются в нарушение коллективных интересов потребителей.

23. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Торговая практика" - это каждое действие, бездействие, поведение, торговая инициатива или торговое сообщение, в том числе реклама и маркетинг со стороны торговца в отношении потребителя, которое является непосредственно связанным со стимулированием, продажей или доставкой товара или предоставлением услуги потребителям.

24. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Очень ограниченный период времени" - это период, указанный в ст. 66, абз. 1.

25. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Существенное изменение экономического поведения потребителей" - это использование торговой практики, которая снижает значительно способность потребителя принять решение о покупке товара или услуги, после ознакомления с ними, которое ведет к принятию решения, которое потребитель не принял бы без использования этой торговой практики.

26. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Кодекс хорошей практики" - это соглашение или совокупность правил, которые не проистекают из требований нормативных актов и которые определяют поведение торговцев, взявших на себя обязательство соблюдать требования кодекса в отношении одной или более торговых практик или в отношении одного или нескольких видов хозяйственной деятельности.

27. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Торговец, который отвечает за приложение кодекса хорошей практики" - это тот, кто отвечает за изготовление и изменение кодекса хорошей практики и/или за осуществление контроля над его соблюдением со стороны лиц, которые объявили, что будут соблюдать требования кодекса.

28. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Добросовестность и профессиональная компетентность" – это степень специальных знаний, умений и забот, которыми, как может ожидать, будут обладать торговцы и будут проявлены с их стороны в отношении потребителя согласно почтенным рыночным практикам и/или принципам добросовестности в сфере деятельности, осуществляемой торговцем.

29. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Приглашение сделать покупку" - это торговое сообщение, которое указывает подходящим способом, в зависимости от использованного средства для осуществления торгового сообщения, характеристики товаров или услуг и их цены и которое дает возможность потребителю сделать покупку.

30. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Злоупотребление влиянием" - это использование позиции силы в отношении потребителя с целью осуществления натиска на него, даже и без применения или угрозы применения физической силы, способом, который ограничивает значительно способность потребителя принять решение о покупке товара или услуги, после того, как ознакомился с нею.

31. (новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) "Торговое решение" – это каждое решение, принятое потребителем о том, покупать ли товар или услугу, о способе и условиях ее покупки, осуществлять ли целостную или частичную оплату, оставить ли товар у себя, или распорядиться им, осуществить ли свои права, предусмотренные в договоре в отношении товара или услуги, независимо от того, решает потребитель предпринять действие или нет.

§ 13а. (Новый - ГГ, ном. 64 за 2007 г., вступает в силу с 08.09.2007 г.) Настоящий закон вводит положения:

1. Директивы 98/6/ЕО Европейского парламента и Совета относительно защиты потребителей при обозначении цен на товары, предлагаемые потребителям;

2. (отм. – ГГ, ном. 102 за 2008 г.)

3. Директивы 97/55/ЕО Европейского парламента и Совета об изменении Директивы 84/450/ЕИО относительно вводящей в заблуждение рекламы с целью охвата сравнительной рекламы;

4. Директивы 85/577/ЕИО Совета относительно защиты потребителей в связи с договорами, заключенными вне торговых объектов;
5. Директивы 97/7/ЕО Европейского парламента и Совета относительно защиты потребителя в отношении договоров на расстоянии;
6. Директивы 2001/95/ЕО Европейского парламента и Совета относительно общей безопасности продуктов;
7. Директивы 1999/44/ЕО Европейского парламента и Совета относительно некоторых аспектов продажи потребительских товаров и связанных с ними гарантий;
8. Директивы 85/374/ЕИО Совета о сближении законных, подзаконных и административных положений государств-членов относительно ответственности за вред, причиненный дефектом товара;
9. Директивы 93/13/ЕИО Совета относительно неравноправных клаузул в потребительских договорах;
10. Директивы 94/47/ЕО Европейского парламента и Совета относительно защиты покупателей в связи с определенными аспектами договоров, связанных с получением права временного пользования недвижимой собственностью;
11. Директивы 98/27/ЕО Европейского парламента и Совета относительно исков по приостановлению нарушения с целью защиты интересов потребителей;
12. Директивы 2005/29/ЕО Европейского парламента и Совета относительно нечестных торговых практик со стороны торговцев в отношении потребителей на внутреннем рынке и изменения Директивы 84/450/ЕИО Совета, директивы 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО Европейского парламента и Совета, и Регламента (ЕО) № 2006/2004 Европейского парламента и Совета.

Переходные и заключительные положения

§ 14. Закон о защите потребителей и о правилах торговли (обн., ГГ, ном. 30 за 1999 г.; изм., ГГ, ном. 17 за 2003 г; изм., ГГ, ном. 19 за 2003 г., изм, ГГ, ном. 42 за 2005 г.) отменяется.

§ 15. Продолжающиеся судебные производства о запрете или о прекращении распространения ложной или непочтенной рекламы завершаются по существующему до настоящего момента порядку.

§ 16. Продолжающиеся судебные производства по делам, образованным на основании ст. 51 отмененного Закона о защите потребителей и о правилах торговли, завершаются по существующему до настоящего момента порядку.

§ 17. В отношении продолжительности сроков, начавших течь при действии отмененного Закона о защите потребителей и о правилах торговли, применяются положения настоящего закона, кроме, если для истечения срока по отмененному закону необходим более длинный период, чем период, предвиденный в настоящем законе.

§ 18. (1) Совет министров принимает Распоряжения по ст. 12, 79 и 99 в 6-месячный срок от обнародования закона в "Государственной газете".

(2) До принятия Распоряжений по ст. 12 применяются подзаконные нормативные акты, выданные для применения ст. 7 отмененного Закона о защите потребителей и о правилах торговли, если они не противоречат настоящему закону.

§ 19. Министр экономики и энергетики издает подзаконные нормативные акты по применению закона в 6-месячный срок от его обнародования в "Государственной газете".

§ 20. (1) Существующая до вступления в силу настоящего закона Комиссия по торговле и защите потребителей сохраняет свой статус под названием "Комиссия по защите потребителей".

(2) Устройственные правила Комиссии по защите потребителей приводится в соответствие с требованиями закона в течение одного месяца от его вступления в силу.

§ 21. Нанесены изменения в ст. 126а, абз. 1 Гражданского процессуального кодекса (Обн., ГГ, ном. 12 за 1952 г.).

§ 22. Нанесены изменения в ст. 4, ст. 34, абз. 3 Закона о пище (Обн., ГГ, ном. 90 за 1999 г.).

§ 23. Нанесены изменения в ст. 66, абз. 1 Закона о почтовых услугах (Обн., ГГ, ном. 64 за 2000 г.).

§ 24. Нанесены изменения в ст. 5, абз. 2 и ст. 6 Закона о ремеслах (Обн., ГГ, ном. 42 за 2001 г.).

§ 25. Нанесены изменения в ст. 79, абз. 1 Закона о винах и спиртных напитках (Обн., ГГ, ном. 86 за 1999 г.).

§ 26. Нанесены изменения в ст. 16, абз. 4; ст. 69 и ст. 70, абз. 3 Закона о денежных переводах, электронных платежных инструментах и платежных системах (Обн., ГГ, ном. 31 за 2005 г.).

§ 27. Нанесены изменения в ст. 31; ст. 59, абз. 3; ст. 64, абз. 1, п. 2; ст. 64б, абз. 1, 2 и 4 и ст. 87, абз. 1 и 2 Закона о туризме (Обн., ГГ, ном. 56 за 2002 г.).

§ 28. Нанесены изменения в ст. 112, абз. 2 и 3 Закона о лекарствах и аптеках в гуманной медицине (Обн., ГГ, ном. 36 за 1995 г.).

§ 29. Нанесены изменения в ст. 152 и ст. 215, абз. 2 Закона о дальних связях (Обн., ГГ, ном. 88 за 2003 г.).

§ 30. Нанесены изменения в ст. 7, абз. 5, п. 1, букве "ж", ст. 111, ст. 112, абз. 2, ст. 115, абз. 1 и ст. 143, абз. 4 и 6 Закона о генетической модификации организмов (Обн., ГГ, ном. 27 за 2005 г.).

§ 31. Нанесены изменения в ст. 52, абз. 1, п. 6 и в ст. 52а, абз. 1 Закона о табаке и табачных изделиях (Обн., ГГ, ном. 101 за 1993 г.).

§ 32. Нанесены изменения в ст. 166а, абз. 1, ст. 166б, абз. 2 и 3 и ст. 173а, абз. 1 и 2 Закона о движении по дорогам (Обн. ГГ, ном. 20 за 1999 г.).

§ 33. Нанесены изменения в ст. 75, абз. 2 Закона об измерениях (Обн., ГГ, ном. 46, за 2002 г.).

§ 34. (Изм. и доп. – ГГ. ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г., изм. - ГГ, ном. 59 за 2006 г., вступает в силу с 21.07.2006 г., изм. - - ГГ, ном. 53 за 2006 г., вступает в силу с 30.06.2006 г) Настоящий закон вступает в силу по истечении 6 месяцев со дня его обнародования в "Государственной газете", за исключением ст. 3, абз. 3, ст. 68а, ст. 159, ст. 160, ст. 164, абз. 1, п. 7, абз. 2 и 3, ст. 186, абз. 1 и абз. 2, п. 9, ст. 186а, 186б и § 13, п. 22, которые вступают в силу от даты присоединения Республики Болгарии к Европейскому союзу.

§ 35. (Изм. - ГГ, ном. 82 за 2009 г., в силу с 16.10.2009 г.) Исполнение закона возлагается министру экономики, энергетики и туризма.

Закон принят XL Народным собранием 24 ноября 2005 г. и подпечатан официальной печатью Народного собрания.