

IV

(Информация)

ИНФОРМАЦИЯ ОТ ИНСТИТУЦИИТЕ, ОРГАНИТЕ, СЛУЖБИТЕ И АГЕНЦИИТЕ
НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКА КОМИСИЯ

СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА

**Насоки за тълкуване и прилагане на Директива 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета
относно правата на потребителите**

(текст от значение за ЕИП)

(2021/С 525/01)

СЪДЪРЖАНИЕ

	Стр.
ВЪВЕДЕНИЕ	5
1. Приложно поле	6
1.1. Понятията „търговец“ и „потребител“	6
1.2. Понятието „договор“	7
1.3. Договорите, които са обхванати	8
1.4. Договори със смесена цел	9
1.5. Разграничение между цифрови услуги и цифрово съдържание онлайн	10
1.6. Договори срещу заплащане и договори, при които потребителят предоставя лични данни	12
1.6.1. Договори срещу заплащане	12
1.6.2. Договори, при които потребителят предоставя лични данни	13
1.7. Договори, за които директивата не се прилага	14
1.7.1. Договори за отдаване под наем и договори за строеж	14
1.7.2. Пакетни туристически пътувания	15
1.7.3. Договори, сключени от лице на публична длъжност	16
1.7.4. Договори за стоки за текущо потребление	16
1.7.5. Пътнически транспорт	16
1.7.6. Автоматизирани продажби	17
1.7.7. Определени договори, свързани с електронните съобщения	17
1.8. Възможно освобождаване от разпоредбата за договори извън търговския обект с ниска стойност	18
1.9. Правила за публичните търгове	19

2.	Договори извън търговския обект	19
2.1.	Договори, сключени извън търговския обект на търговеца	19
2.2.	Договори, сключени след осъществяването на контакт с потребителя извън търговския обект	20
2.3.	Договори, сключени по време на пътуване, организирано от търговеца	21
3.	Информация за потребителите	22
3.1.	Общи изисквания	22
3.1.1.	Въведение	22
3.1.2.	Яснота на информацията и връзка с Директивата относно нелоялни търговски практики (ДНТП)	22
3.1.3.	Информация, която вече „е ясна от контекста“	23
3.1.4.	Изисквания за предоставяне на информация по други нормативни актове на Съюза	23
3.1.5.	Налагане на допълнителни изисквания за предоставяне на информация	24
3.1.6.	Освобождаване от разпоредбата за „ежедневни“ сделки	25
3.1.7.	Обвързващ характер на предоговорната информация	25
3.1.8.	Допълнителни езикови изисквания	25
3.1.9.	Тежест на доказване	26
3.2.	Общи изисквания за договорите в търговския обект и договорите от разстояние или извън търговския обект ..	26
3.2.1.	Основни характеристики	26
3.2.2.	Самоличност на търговеца и координати за връзка с него	27
3.2.3.	Цена	30
3.2.4.	Доставка по договора и изпълнение на договора	31
3.2.5.	Условия на плащане	32
3.2.6.	Гаранции и следпродажбени услуги	32
3.2.7.	Срок и прекратяване на договора	34
3.2.8.	Функционалност, съвместимост и оперативна съвместимост	34
3.3.	Допълнителни изисквания за договорите от разстояние и договорите извън търговския обект	36
3.3.1.	Индивидуализирана цена	36
3.3.2.	Разходи, свързани с използването на средства за комуникация от разстояние	36
3.3.3.	Депозити и финансови гаранции	37
3.3.4.	Извънсъдебни механизми за защита	37
3.4.	Допълнителни изисквания по отношение на онлайн места за търговия	38
3.4.1.	Критерии за класиране	38
3.4.2.	Статут на другата договаряща страна	40
3.4.3.	Информация за неприложимост на правото на ЕС в областта на защитата на потребителите	40
3.4.4.	Разпределение на отговорностите, свързани с договора	41
3.4.5.	Възможност за налагане на допълнителни изисквания за предоставяне на информация	41

4.	Специални изисквания за договорите от разстояние	42
4.1.	Определение за договор от разстояние	42
4.2.	Предоговорна информация	43
4.2.1.	Информация, която трябва да бъде представена непосредствено преди да бъде направена поръчката	43
4.2.2.	Бутон за потвърждаване на поръчка	44
4.2.3.	Информация за ограниченията при доставката и начините на плащане	44
4.2.4.	Договори, сключени чрез средства за комуникация от разстояние с ограничено пространство или време	45
4.3.	Договори, сключени по телефона	46
4.4.	Потвърждение на договора	47
5.	Право на отказ	49
5.1.	Изчисляване на срока за упражняване на правото на отказ	49
5.1.1.	Въведение	49
5.1.2.	Начало на срока за отказ	50
5.2.	Информация относно правото на отказ	51
5.3.	Упражняване на правото на отказ	52
5.4.	Последици от отказа по отношение на данните	53
5.5.	Право на отказ по отношение на стоки	54
5.5.1.	Много или дефектни стоки	54
5.5.2.	Връщане на стоки	54
5.5.3.	Възстановяване на сумите, получени от потребителя	55
5.5.4.	Отговорност на потребителя за неправилно боравене със стоките	56
5.5.5.	Риск при връщането на стоките на търговеца	58
5.6.	Право на отказ от договори за услуги и за комунални услуги	58
5.6.1.	Съгласие на потребителя за незабавно изпълнение	58
5.6.2.	Задължение на потребителя за обезщетение	60
5.7.	Право на отказ от договори за цифрово съдържание онлайн	61
5.8.	Последици от непредоставянето на информация за правото на отказ	62
5.8.1.	Последици по отношение на стоките	63
5.8.2.	Последици по отношение на услугите и комуналните услуги	63
5.8.3.	Последици, свързани с цифровото съдържание онлайн	64
5.9.	Прекратяване на договора след упражняването на правото на отказ	64
5.10.	Допълнителни договори	65

5.11. Изключения от правото на отказ	65
5.11.1. Стоки или услуги, чиято цена зависи от колебанията на финансовия пазар	65
5.11.2. Стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани	66
5.11.3. Стоки, които е вероятно бързо да влошат качеството си или имат кратък срок на годност	67
5.11.4. Стоки, запечатани поради съображения, свързани със защитата на здравето, или по хигиенни причини	67
5.11.5. Стоки, които се смесват неделимо с други стоки	68
5.11.6. Договори с конкретна дата или срок на изпълнение	68
5.11.7. Ремонти, поискани от потребителя	69
5.12. Избор на нормативна уредба в случай на нежелани посещения или екскурзии	69
5.12.1. Въведение	69
5.12.2. Удължаване на срока за упражняване на правото на отказ	70
5.12.3. Дерогации от изключенията от правото на отказ	71
6. Доставка	71
7. Преминаване на риска	72
8. Такси за използване на платежно средство	73
8.1. Въведение	73
8.2. Определение за „такси“	73
8.3. Определение за „разходи“, понесени от търговеца	74
8.3.1. Такса за обслужване на търговец и други преки разходи	74
8.3.2. Общи разходи за осъществяването на стопанска дейност	74
8.3.3. Допустими разходи, обосноваващи такса за използването на платежни средства	74
8.4. Плащания в брой в чуждестранна валута	75
9. Комуникация по телефона	76
10. Допълнителни плащания	77
11. Прилагане	77
11.1. Правоприлагане от страна на публичните органи и от страна на частноправни субекти.	77
11.2. Прилагане за търговци от трети държави	78
11.3. Санкции	79
11.3.1. Критерии за налагането на санкции	79
11.3.2. Санкции в контекста на координирани действия по прилагане съгласно Регламента за сътрудничество в областта на защитата на потребителите	80
ПРИЛОЖЕНИЕ	82

ВЪВЕДЕНИЕ

Целта на Директива 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁾ относно правата на потребителите (наричана по-долу „ДПП“ или „директивата“) е да се постигне високо равнище на защита на потребителите в целия ЕС и да се допринесе за правилното функциониране на вътрешния пазар чрез сближаване на някои аспекти на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно договорите, сключени между потребители и търговци ⁽²⁾.

Целта на настоящото известие (наричано по-долу „известieto“) е да се улесни ефективното прилагане на директивата. Друга цел на известieto е да се повиши осведомеността относно директивата сред всички заинтересовани страни като потребителите, предприятията, органите на държавите членки, включително националните съдилища и практикуващите юристи в целия ЕС. То обхваща измененията, въведени с Директива (ЕС) 2019/2161 на Европейския парламент и на Съвета ⁽³⁾ по отношение на по-доброто прилагане и модернизирани на правилата за защита на потребителите в Съюза, които започват да се прилагат от 28 май 2022 г. Ето защо в част от насоките, предоставени с настоящото известие, са отразени и разгледани правилата, които все още не са влезли в сила към датата на издаването на известieto. Съответните раздели и точки са ясно обозначени.

В известieto е отразена съдебната практика на Съда на Европейския съюз (наричан по-нататък „Съдът на ЕС“) по директивата от влизането ѝ в сила на 13 юни 2014 г. От датата на прилагане директивата замени Директива 85/577/ЕИО на Съвета ⁽⁴⁾ относно защита на потребителите във връзка с договорите, сключени извън търговския обект, и Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁵⁾ относно защитата на потребителя по отношение на договорите от разстояние. В ДПП са запазени някои разпоредби от предишните директиви 85/577/ЕИО и 97/7/ЕО. Поради това в настоящия документ, когато е приложимо, е посочена и съответната съдебна практика на Съда на ЕС, свързана с тълкуването на тези директиви.

В известieto не се анализира прилагането на директивата в отделните държави членки, включително решенията на националните съдилища и други компетентни органи. Освен в различните източници на информация, които са на разположение в отделните държави членки, информация за националните разпоредби за транспонирането на директивата, за съдебната практика и за правната литература е налична и в базата данни в областта на правото за защита на потребителите, достъпна чрез европейския портал за електронно правосъдие ⁽⁶⁾.

Настоящото известие е адресирано до държавите членки и до Исландия, Лихтенщайн и Норвегия в качеството им на страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство ⁽⁷⁾ (ЕИП). Следователно позоваванията на ЕС, Съюза или единния пазар следва да се разбират като позовавания на ЕИП и пазара на ЕИП.

Настоящото известие е предназначено да служи единствено като ръководство — правна сила имат само текстовете на законодателните актове на ЕС. Всяко авторитетно тълкуване на закона трябва да бъде изведено от текста на директивата и директно от решенията на Съда на ЕС. В настоящото известие са взети предвид решенията на Съда на ЕС, публикувани до октомври 2021 г., и с него не може да бъде предопределено по-нататъшното развитие на неговата практика.

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

Тъй като настоящото известие отразява техническите познания към момента на съставянето му, предложените насоки могат да се променят на по-късен етап.

⁽¹⁾ Директива 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 г. относно правата на потребителите, за изменение на Директива 93/13/ЕИО на Съвета и Директива 1999/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и за отмяна на Директива 85/577/ЕИО на Съвета и Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 304, 22.11.2011 г., стр. 64).

⁽²⁾ Вж. член 1 от Директивата.

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

⁽⁴⁾ Директива 85/577/ЕИО на Съвета от 20 декември 1985 г. относно защита на потребителите във връзка с договорите, сключени извън търговския обект (ОВ L 372, 31.12.1985 г., стр. 31).

⁽⁵⁾ Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 1997 г. относно защитата на потребителя по отношение на договорите от разстояние — Декларация на Съвета и на Парламента относно член 6, параграф 1 — Декларация на Комисията относно член 3, параграф 1, първо тире (ОВ L 144, 4.6.1997 г., стр. 19).

⁽⁶⁾ https://e-justice.europa.eu/591/BG/consumer_law_database

⁽⁷⁾ ОВ L 1, 3.1.1994 г., стр. 3.

1. Приложно поле

1.1. Понятията „търговец“ и „потребител“

Както е посочено в член 1, ДПП се прилага за „договорите, сключени между потребители и търговци“. Следователно, за да бъде обхванат даден договор от директивата, е необходимо да се установи, че едната страна по него е търговец по смисъла на член 2, параграф 2, а другата страна — потребител по смисъла на член 2, параграф 1.

Съгласно член 2, параграф 1 „**потребител**“ е всяко физическо лице, което като страна по договори, попадащи в приложното поле на директивата, действа извън рамките на своята търговска или стопанска дейност, занаят или професия. От тази разпоредба следва, че за да може дадено лице да попадне в обхвата на това понятие, трябва да са изпълнени **две кумулативни условия**, а именно: i) лицето да е физическо лице и ii) лицето да действа за непрофесионални цели.

Както е пояснено в съображение 13, държавите членки могат да запазят или да приемат национално законодателство, което съответства на разпоредбите на директивата, по отношение на договори, които не са включени в нейното приложно поле, например като разширят прилагането на националните разпоредби и за физически лица, които не са „потребители“ по смисъла на член 2, параграф 1, или за юридически лица като неправителствени организации, новосъздадени предприятия или малки и средни предприятия.

В това отношение с решението си по дело C-329/19 *Condominio di Milano* ⁽⁸⁾ Съдът на ЕС потвърждава, че понятието „потребител“ може да бъде разширено от националната съдебна практика по такъв начин, че нейните защитни правила да се прилагат и за договор между търговец и субект на правото, който не е физическо лице, като например „*condominio*“ (сдружение на съсобственици) в италианското право.

Освен това Съдът на ЕС постановява, че понятието „потребител“ се отнася до физическо лице, което не извършва търговска или стопанска дейност ⁽⁹⁾. Този втори критерий следва да се тълкува в светлината на съображение 17, в което е въведен тест за „преобладаваща употреба“: „[...] в случай на договори с двойна цел, когато договорът е сключен за цели отчасти в рамките на търговската дейност на лицето и отчасти извън нея и **когато търговската цел е толкова ограничена, че не е преобладаваща в общия контекст на договора**, това лице следва също да се счита за потребител“.

Следователно физическо лице, което в договорите, попадащи в обхвата на посочената директива, действа за цели, които са предимно извън неговата търговска, стопанска, занаятчийска или професионална дейност, също попада в обхвата на определението за „потребител“. Тази класификация следва да се основава на оценка на всеки отделен случай ⁽¹⁰⁾.

„**Търговец**“ съгласно определението в член 2, параграф 2 е физическо или юридическо лице, което действа, „включително чрез посредничеството на друго лице, действашо от негово име или за негова сметка, за цели, които влизат в рамките на неговата търговска или стопанска дейност, занаят или професия“. Като търговец може да бъде квалифицирано лице, което е не само частна, но и публична собственост.

В решението си по дело C-105/17 *Каленова* ⁽¹¹⁾ Съдът на ЕС отбелязва, че понятието „търговец“ е дефинирано почти по идентичен начин както в ДПП, така и в директивата относно нелоялни търговски практики — Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹²⁾ (наричана по-долу „ДНТП“), и следователно трябва да се тълкува еднакво. Опирайки се на съдебната практика, развита в рамките на ДНТП, Съдът на ЕС тълкува понятието „търговец“ в широк смисъл, като счита, че то трябва да бъде определено чрез съпоставка със свързаното, но диаметрално противоположно понятие „потребител“. В сравнение с търговеца потребителят е в по-слаба позиция и трябва да се счита, че е по-малко информиран, икономически по-слаб и правно по-неопитен от другата страна по договора. Класифицирането като „търговец“ изисква оценка на всеки отделен случай, като се вземат предвид следните примерни критерии:

- i) дали продажбата е извършена организирано;
- ii) дали тази продажба е била предназначена за реализиране на печалба;
- iii) дали продавачът е разполагал с техническа информация и опит, свързани с продуктите, които е предлагал за продажба, която информация и опит потребителят не е притежавал, вследствие на което продавачът е бил поставен в по-изгодна позиция от потребителя;
- iv) дали продавачът е имал правен статут, който му е позволявал да се занимава с търговска дейност;

⁽⁸⁾ Вж. C-329/19, *Condominio di Milano*, EU:C:2020:263, точка 34.

⁽⁹⁾ C-105/17, *Каленова*, EU:C:2018:808, точка 33.

⁽¹⁰⁾ По аналогия с C-105/17 *Каленова*, точки 36–37.

⁽¹¹⁾ C-105/17, *Каленова*, EU:C:2018:808, точки 27–29 и 34.

⁽¹²⁾ Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („Директива за нелоялни търговски практики“) (ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22).

- v) степента, в която продажбата е била свързана с търговската или професионалната дейност на продавача;
- vi) дали продавачът е подлежал на облагане с ДДС;
- vii) дали продавачът, действащ от името на конкретен търговец или от свое име, или чрез друго лице, действащо от негово име и за негова сметка, е получил възнаграждение или стимул;
- viii) дали продавачът е закупил нови стоки или стоки втора употреба, за да ги препродаде, като по този начин това е било редовна, честа и/или едновременна дейност в сравнение с обичайната му търговска или стопанска дейност;
- ix) дали всички стоки за продажба са били от един и същи вид или на една и съща стойност; както и
- x) дали офертата е била съсредоточена върху малък брой стоки.

Съдът на ЕС подчертава, че тези критерии не са нито изчерпателни, нито изключителни и по принцип съответствието с един или повече от тях не е достатъчно само по себе си, за да се квалифицира лицето като „търговец“. Самият факт, че продажбата има за цел реализирането на печалба или че дадено физическо лице публикува едновременно в онлайн платформа редица обяви, с които предлага за продажба нови стоки или стоки втора употреба, не може да бъде достатъчен, за да се квалифицира това лице като „търговец“⁽¹³⁾.

Когато участва посредник (например онлайн място за търговия) или търговец, който представлява друг търговец, тези различни търговци трябва да посочат ясно на потребителя **кой търговец е страната по договора с потребителя** и какви са съответните роли и отговорности на различните търговци. Този въпрос е разгледан допълнително в раздел 3.2.2.1.

В тази връзка ДПП е изменена с Директива (ЕС) 2019/2161, като се въвежда изискване доставчиците на онлайн места за търговия да информират потребителя дали третото лице доставчик действа като „търговец“ или „лице, различно от търговец“ (равнопоставен потребител) въз основа на декларация от доставчика — трето лице до доставчика на онлайн мястото за търговия. Изискванията за информация, приложими към онлайн местата за търговия, са разгледани в раздел 3.4.2.

1.2. Понятието „договор“

Първото условие за прилагането на директивата е наличието на предложение за сключване на договор между търговец и потребител. В директивата не се дава определение на понятието „договор“ и не се определят обстоятелствата, при които договор, за който се прилага директивата, се счита за сключен. Компетентни да преценяват дали дадено правоотношение **представлява „договор“** са националните съдилища и правоприлагащите органи в съответната държава членка. Съгласно член 3, параграф 5:

Член 3

5. Настоящата директива не засяга националното общо договорно право, като правилата относно действителността, сключването или действието на договора, доколкото аспектите на общото договорно право не са уредени в настоящата директива.

Например директивата не засяга националните правила на договорното право относно **прехвърлянето на договорни права и задължения** от един потребител на друг.

Следва да се отбележи, че **един договор може да обхваща множество вещи** — както стоки, така и продукти с цифрово съдържание. Например в зависимост от условията в даден договор за абонамент този договор може да включва доставката на определен набор от цифрово съдържание. Следователно, ако е обхваната от договор за абонамент, всяка отделна доставка на цифрово съдържание по силата на този договор не би представлявала нов договор за целите на директивата.

В решението по дело C-922/19 *Stichting Waternet*⁽¹⁴⁾ Съдът на ЕС разглежда въпроса дали продължаването на водоснабдяването на жилище в случай на смяна на обитателя без изричното искане на новия обитател представлява „непоръчана доставка“ по смисъла на точка 29 от приложение I към Директивата относно нелоялни търговски практики („черен списък“), което води до правото на потребителя да не плаща за това снабдяване в съответствие с член 27 от Директивата за правата на потребителите. По делото се изискваше, наред с другото, да се определи дали даден договор може да се счита за сключен между водоснабдително дружество и потребител, ако липсва изричното съгласие на този потребител.

⁽¹³⁾ C-105/17, *Катенова*, EU:C:2018:808, точки 27–29, 34–40 и 45.

⁽¹⁴⁾ C-922/19, *Stichting Waternet*, EU:C:2021:91.

Съдът приема, че за доставката на вода **невинаги се изисква наличието на договор**. Възможно е също така правоотношението между съответния доставчик и потребителя **да се урежда изцяло от националното законодателство, както по отношение на доставката на вода от [този] търговец, така и по отношение на разходите, свързани с тази доставка, които потребителят трябва да заплаща** ⁽¹⁵⁾.

В такъв случай, когато няма договор, директивата не се прилага за отношенията между доставчика и потребителя. Във всеки случай решаващо остава дали съответното отношение се счита за „договор“ съгласно приложимото национално право.

1.3. Договорите, които са обхванати

Директивата урежда някои аспекти на договорите между търговци и потребители. На първо място, в нея се прави разграничение между различните договори в зависимост от обстоятелствата на тяхното сключване:

- 1) договори, които са сключени извън търговския обект на търговеца (**договори, сключени извън търговския обект**);
- 2) договори, сключени чрез използване на средства за комуникация от разстояние — по интернет, включително на онлайн места за търговия, по телефон и др. (**договори от разстояние**); както и
- 3) договори, различни от договорите от разстояние или договорите извън търговския обект (обикновено това са договорите, сключени в обикновени магазини, наричани по-долу „**договори в търговския обект**“).

Освен това в директивата се прави разграничение между следните видове договори в зависимост от предмета им:

- 1) **договори за продажба**;
- 2) **договори за услуги**, включително **договори за цифрови услуги**;
- 3) договори за предоставяне на цифрово съдържание, което не се доставя на материален носител (**договори за цифрово съдържание онлайн**); както и
- 4) договори за доставка на вода, газ или електрическа енергия, когато те не се предлагат за продажба, опаковани в ограничен обем или определено количество, или за централно отопление („**договори за предоставяне на комунални услуги**“).

Договорите за продажба и договорите за услуги са определени в член 2, параграфи 5 и 6 от Директивата. Договорите за цифрово съдържание онлайн и за предоставяне на комунални услуги не са изрично определени, но в съображение 19 се пояснява, че за целите на директивата **те не се класифицират като договори за продажба или за услуги**.

Въпреки че много от разпоредбите на директивата се прилагат общо за всички четири вида договори, съществуват правила, които се прилагат само за конкретен вид договор. По-специално, за различните договори (вж. член 9) има различни правила за изчисляване на срока, в който може да бъде упражнено правото на отказ (вж. също раздел 5 относно правото на отказ).

В съображение 19 се пояснява също, че **съгласно директивата за „стоки“ се счита цифровото съдържание, доставено на материален носител**. В него като пример се посочва цифровото съдържание, предоставено на CD или DVD, но същият подход се прилага и за цифровото съдържание, предоставено на други носители или на интелигентно устройство, като например конзола за видеоигри с предварително инсталирани игри. Независимо от вида на материалния носител, ⁽¹⁶⁾ **договорът за такова цифрово съдържание попада в обхвата на правилата на ДПП относно правото на отказ, приложими към договорите за продажба** ⁽¹⁷⁾.

Тъй като определението на договора за продажба (вж. по-долу) се отнася до прехвърлянето на собствеността на стоки от търговеца на потребителя (т.е. договори между търговци и потребители), **директивата не се прилага за договори, при които потребителят е този, който прехвърля стоките на търговеца**, например автомобил втора употреба или бижута.

⁽¹⁵⁾ Пак там, точка 39.

⁽¹⁶⁾ За разлика от това видът на носителя е важен за прилагането на Директива (ЕС) 2019/770 относно цифровото съдържание и Директива (ЕС) 2019/771 относно продажбата на стоки, тъй като първата се прилага както за цифровото съдържание, което се предоставя на материален носител, като DVD, CD, USB носители и карти с памет, така и за самия материален носител, при условие че *материалният носител служи изключително като носител* на цифровото съдържание (вж. съображение 20 от Директивата относно цифровото съдържание).

⁽¹⁷⁾ Прилагат се и съответните ограничения, като например изключението от правото на отказ съгласно член 16, първа алинея, буква и) по отношение на доставката на запечатани аудио- или видеозаписи или запечатан компютърен софтуер, които са били разпечатани след доставката.

1.4. Договори със смесена цел

Член 2

(5) „договор за продажба“ означава всеки договор, по силата на който търговецът прехвърля или се задължава да прехвърли собствеността на стоки на потребителя, включително всеки договор, чиито предмет са както стоки, така и услуги;

(6) „договор за услуга“ означава всеки договор, който не е договор за продажба, по силата на който търговецът предоставя или се задължава да предостави на потребителя услуга, включително цифрова услуга;

На практика много договори, сключени между търговци и потребители, за които се прилага Директивата, съдържат елементи както относно услугите, така и относно стоките. В тези случаи последната част от определението по член 2, параграф 5 е от значение, тъй като обхваща и „договорите, илаци за предмет едновременно стоки и услуги“.

Съгласно определението по член 2, параграф 5 критерият за квалифицирането на договора като „договор за продажба“ е **прехвърлянето на собствеността на стоки** на потребителя. Следователно, ако основната цел на даден договор е прехвърлянето на собствеността на определени стоки, той следва да се квалифицира като договор за продажба, дори ако той обхваща и свързани услуги, предоставяни от продавача, като например монтаж, поддръжка или всякаква друга обработка, независимо от относителната стойност на стоките и услугите.

Примери на договори, които обхващат както стоки, така и услуги, и обикновено следва да се считат за договори за продажба заради тяхната основна цел:

- закупуването на нов кухненски комплект, включително неговото инсталиране в апартамента на потребителя;
- закупуването на конкретни строителни елементи, като например прозорци и врати, включително инсталирането им в жилището на потребителя;
- закупуването на нов мобилен смартфон, обвързано с абонамент за електронни съобщителни услуги.

От друга страна, ако прехвърлянето на собствеността на конкретни стоки не е основната цел на договора със смесена цел, договърът не следва да се счита за договор за продажба.

Примери на договори, които обхващат както услуги, така и стоки, които следва да се класифицират като договори за услуги заради тяхната основна цел:

- договор за ремонт, обновяване и строеж на пристройка към сграда (вж. съображение 26);
- договор за посещаване на лекция, включително доставка на хиликалки и папки за участниците;
- договор за курс за обучение, включително доставка на учебник за всеки участник.

Това тълкуване се подкрепя от добре установената съдебна практика на Съда на ЕС относно свободното движение на стоки и свободното предоставяне на услуги, което продължава да е актуално и в контекста на директивата.

Например, в решението по дело C-20/03 *Marcel Burmanjer* Съдът на ЕС постановява, че дадена икономическа дейност следва да се разглежда в контекста **или** на свободното движение на стоки, **или** на свободното предоставяне на услуги, ако един от тези елементи „**има изцяло вторично значение по отношение на другия и може да се свърже с него**“⁽¹⁸⁾.

Това също така означава, че договърът със смесена цел следва да се разглежда като договор за продажба, ако фактите показват, че действителната му цел е прехвърлянето на собствеността на стоки:

- Например, ако продажбата на учебника е заемала особено важно място в предложението на търговеца за курс за обучение и в комуникацията между страните и ако този учебник е имал значителна относителна стойност в сравнение с общата цена на обучението, за целите на директивата договърът може да се класифицира като договор за продажба вместо договор за услуги.

⁽¹⁸⁾ C-20/03, *Marcel Burmanjer*, EU:C:2005:307, точки 24—35. Същият подход беше потвърден от Съда на ЕС в решението по дело C-108/09, *Ker-Optika bt*, EU:C:2010:725 (вж. точка 43).

От друга страна, дори когато в резултат на договор със смесена цел се произвежда нещо в материална форма, той следва да се счита за договор за услуга, доколкото **предметът на договора е интелектуална или висококвалифицирана услуга** и последващата доставка има само спомагателна функция ⁽¹⁹⁾:

— *Например договорът с архитект за проектиране на къща и договорът с адвокат за изготвяне и подаване на съдебен иск са договори за услуги, въпреки че накрая има материален резултат (например строителни чертежи, иск или молба). По същия начин договорът с художник за рисуване на картина и договорът с фотограф за сватбена фотосесия са договори за услуги.*

Накратко, всеки договор със смесена цел следва да бъде класифициран въз основа на действителната му основна цел. Фактът, че договорът може да включва възможност за сключване на последващи споразумения, не следва сам по себе си да променя неговите характеристики. Например:

— *Ако договор за наемане на стоки включва само опция, но не и задължение за прехвърляне на собствеността, той следва да се класифицира като договор за услуги за целите на директивата.*

Класифицирането на договор като договор за продажба или договор за услуга определя начина, по който се изчислява срокът за отказ (член 9). При **договорите за услуги** 14-дневният срок за отказ започва да тече от сключването на договора. При **договорите за продажба** срокът за отказ започва да тече едва след като стоките са получени. Освен това някои от разпоредбите на директивата, като например членове 18 и 20 относно доставката и преминаването на риска, се прилагат само за договорите за продажба.

Един и същ договор за продажба или услуги може да обхваща също така и услуги, които не се уреждат от директивата. Например договорът за продажба или услуга може да предоставя възможност за плащане на цената на вноски при определен лихвен процент. Такъв договор също ще подлежи на специфичните правила, уреждащи потребителските финансови услуги ⁽²⁰⁾. Правилата относно допълнителните договори в член 15 от директивата ще се прилагат по аналогия (вж. раздел 5.10).

1.5. Разграничение между цифрови услуги и цифрово съдържание онлайн

С Директива (ЕС) 2019/2161 се изяснява определението за „договор за услуги“, дадено в ДПП, като се включват и договорите за „цифрови услуги“ (вж. определението в предходния раздел). Освен това в член 2, параграф 16 от Директива (ЕС) 2019/2161 се въвежда **определение на „цифрова услуга“**, което препраща към определението за този вид услуга в член 2, точка 2 от директивата за цифровото съдържание — Директива (ЕС) 2019/770 на Европейския парламент и на Съвета ⁽²¹⁾ (ДЦС).

Разпоредбата на член 2 от Директивата за цифровото съдържание гласи:

Член 2

- (1) „цифрово съдържание“ означава данни, които са произведени и доставени в цифрова форма;
- (2) „цифрова услуга“ означава:
 - а) услуга, позволяваща на потребителя да създава, обработва, съхранява или достъпва данни в цифров вид; или
 - б) услуга, позволяваща споделянето или всяко друго взаимодействие с данни в цифров вид, въведени или създадени от потребителя или от други ползватели на тази услуга;

В съображение 19 от Директивата за цифровото съдържание се пояснява, че „С цел да се вземе предвид бързото технологично развитие и да се запази актуалността на понятието за цифрово съдържание или цифрова услуга, настоящата директива следва да обхваща, наред с другото, компютърни програми, приложения, видео файлове, аудио файлове, музикални файлове, цифрови игри, електронни книги или други електронни публикации, както и цифрови услуги [...] **включително софтуер като услуга**, например споделяне на видео- и аудио материали и друг файл хостинг, програми за текстообработка или игри, предлагани в условията на компютърни услуги в облак, и социални медии.“ Следва да се отбележи, че докато втората група примери са ясно отнесени към категорията на цифровите услуги, класифицирането на първата група примери като цифрово съдържание или цифрови услуги зависи от начина на предаване или достъп, както и от други особености на бизнес модела.

⁽¹⁹⁾ В тази връзка вж. С-208/19, НК, точки 58–59.

⁽²⁰⁾ По-специално Директива 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 септември 2002 г. относно дистанционна търговия на потребителски финансови услуги и за изменение на Директива 90/619/ЕО на Съвета и директиви 97/7/ЕО и 98/27/ЕО (ОВ L 271, 9.10.2002 г., стр. 16) и Директива 2008/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 г. относно договорите за потребителски кредити и за отмяна на Директива 87/102/ЕО на Съвета (ОВ L 133, 22.5.2008 г., стр. 66).

⁽²¹⁾ Директива (ЕС) 2019/770 на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 2019 г. за някои аспекти на договорите за предоставяне на цифрово съдържание и цифрови услуги (ОВ L 136, 22.5.2019 г., стр. 1).

Съображение 30 от Директива (ЕС) 2019/2161 съдържа допълнителни насоки за разграничаване на договорите за цифрово съдържание онлайн от договорите за цифрови услуги. По-специално, „[п]римери за цифрови услуги са услугите за споделяне на образ и звук и друг хостинг на файлове, текстообработка или игри, предлагани в облака, съхранение в облак, уеб поща, социални медии и приложения в облак“. От друга страна, „[м]ного договори за предоставяне на [онлайн] цифрово съдържание [...] се характеризират с еднократно действие от страна на търговеца по предоставяне на потребителя на определен елемент или елементи от цифрово съдържание, например определени музикални или видео файлове.“

Съответно цифрови услуги са например:

- абонаменти за съхранение в интернет на снимки, създадени от потребителя, за социални мрежи или за гласова и видео телефония в интернет;
- абонаменти за онлайн услуги за предоставяне на метеорологична информация или на информация относно движението по пътищата;
- абонаменти за онлайн вестници/бюлетени (вж. също изключението от правото на отказ съгласно член 16, първа алинея, буква й), което се прилага за доставката на вестници, но не и за абонаментите за вестници).

В съображение 30 от Директива (ЕС) 2019/2161 се признава, че понякога е трудно да се направи разграничение между някои видове цифрово съдържание онлайн и цифрови услуги. Следователно „[п]ри съмнение дали договорът представлява договор за услуга или договор за предоставяне на цифрово съдържание, което не се предоставя на материален носител, следва да се прилагат правилата за правото на отказ при услугите.“

Разграничението между договорите за цифрово съдържание онлайн и договорите за цифрови услуги е важно поради различните режими на правото на отказ. Правилата относно правото на отказ от договора за услуги на практика позволяват на потребителя да изпробва услугата и да реши в 14-дневен срок от сключването на договора дали да продължи да я ползва или не.

За разлика от това, съгласно член 16, първа алинея, буква м) **не съществува право на отказ в случай на предоставяне на цифрово съдържание онлайн**, при спазване на няколко условия. В съответствие с измененията, въведени с Директива (ЕС) 2019/2161, тези условия са изпълнението да е започнало с предварителното изрично съгласие и заявление на потребителя, че по този начин потребителят губи правото си на отказ, и търговецът да е предоставил потвърждение за сключения договор (вж. също раздел 5.7).

В решението си по дело C-641/19 *PE Digital* Съдът на ЕС уточнява, че изключението от правото на отказ по член 16, буква м) от ДПП, приложимо към договорите за цифрово съдържание онлайн, трябва да се тълкува стриктно⁽²²⁾. Делото се отнася до отказ от договор за специален („премиум“) абонамент за уебсайт за запознанства, но само след като потребителят е преминал тест за оценка на личността, въз основа на който е предоставен избор на препоръки за партньори въз основа на патентован алгоритъм.

Съдът на ЕС посочва, че член 16, буква м) във връзка с член 2, параграф 11 от ДПП трябва да се тълкува в смисъл, че изготвянето на такъв доклад за оценка на личността не представлява предоставяне на „цифрово съдържание“. Съдът също така отбелязва по-общо, че в светлината на съображение 19 от директивата, **уеб услуга, която дава възможност на потребителя да създава, обработва или съхранява данни в цифрова форма или да получи достъп до такива данни и която позволява споделянето или всякакво друго взаимодействие с данни в цифрова форма, изпратени или създадени от потребителя или от други ползватели на тази услуга, сама по себе си не може да се счита за предоставяне на „цифрово съдържание“** по смисъла на член 16, буква м)⁽²³⁾.

Например предоставянето на **видеоигри** може да включва както договори за цифрово съдържание онлайн, така и договори за цифрови услуги. **Игрите, които могат да бъдат изтеглени**, обикновено се квалифицират като цифрово съдържание онлайн, когато използването им не зависи от постоянното участие на доставчика на играта. За разлика от тях **игрите онлайн, предоставяни в облачна среда**, могат да се квалифицират като цифрови услуги.

Микросделките в рамките на играта (покупки в приложението) в такива игри, които **подобряват преживяването на съответния потребител**, като например виртуални предмети, обикновено се квалифицират като договори за цифрово съдържание онлайн. Също така покупка в приложението **на съдържание, което може да се използва извън играта** (например запис на игрална сесия, който може да бъде изтеглен или споделян в платформа за споделяне на видео съдържание), обикновено представлява договор за цифрово съдържание онлайн. За разлика от това закупуването на специално съдържание, **което разширява средата за игри онлайн**, би представлявало нова цифрова услуга, която допълва първоначалната.

⁽²²⁾ C-641/19, *PE Digital*, EU:C:2020:808, точки 41–46.

⁽²³⁾ Пак там, точка 44.

1.6. Договори срещу заплащане и договори, при които потребителят предоставя лични данни

Член 3 от ДПП, с който се определя приложното поле на директивата, беше изменен с Директива (ЕС) 2019/2161. Измененият параграф 1 вече се отнася до „заплащането на цената“ като условие за прилагане на директивата.

Същевременно е добавен нов параграф 1а, с който приложното поле на директивата се разширява до договорите за **цифрово съдържание онлайн и до договорите за цифрови услуги, при които потребителят предоставя лични данни на търговеца** (с някои изключения).

Член 3

1. **Настоящата директива се прилага при условията и до степента, предвидени в разпоредбите ѝ, към всички договори, сключени между търговец и потребител, по силата на които даден потребител заплаща или се задължава да заплати цената.** Тя се прилага за договорите за доставка на вода, газ, електрическа енергия или за централно отопление, включително от публични доставчици, доколкото тези стоки се предоставят на договорна основа.

1а. **Настоящата директива се прилага също, когато търговецът предоставя или се задължава да предостави цифрово съдържание, което не се предоставя на материален носител, или цифрова услуга на потребителя, а потребителят предоставя или се задължава да предостави лични данни на търговеца, освен когато личните данни, предоставени от потребителя, се обработват от търговеца изключително с цел предоставяне на цифровото съдържание, което не се предоставя на материален носител, или на цифровата услуга в съответствие с настоящата директива или за да позволи на търговеца да изпълни приложимите към него правни изисквания, като търговецът не обработва тези данни за каквито и да било други цели.**

1.6.1. Договори срещу заплащане

След изменението им с Директива (ЕС) 2019/2161 **определенията на договорите за продажба и за услуги** в член 2, параграфи 5 и 6 от ДПП вече не се отнасят до заплащането на „цена“ от потребителя. Въпреки това, като се вземат предвид измененията в член 3, **тези договори остават предмет на директивата само когато потребителят трябва да заплати цена** (освен ако предметът на договора за услуги е цифрова услуга — вж. по-долу).

Понятието „заплащане на цена“ следва да се разбира в широк смисъл, като обхваща и инструменти с определена конвертируема или парична стойност (дори ако тя може да варира във времето), като ваучери, карти за подаръци, ⁽²⁴⁾ точки за лоялност, както и цифрово изражение на стойност ⁽²⁵⁾, като електронни ваучери, електронни купони и виртуални валути.

Директивата се прилага независимо от стойността на сделката, така че в обхвата ѝ попадат и абонаментните услуги с ниска стойност (например 5 евро на месец или на година за получаване на достъп до специални стоки или оферти). Директивата се прилага и за договори за услуги, включително договори за цифрови услуги, които включват **безплатен пробен период** и автоматично се превръщат в договори срещу заплащане след изтичане на пробния период (освен ако потребителят не прекрати договора преди изтичането на пробния период).

Когато се предлага безплатна (ограничена) версия на цифровата услуга, след което потребителят може да избере платената (пълна) услуга, се сключват два последователни отделни договора. В този случай директивата ще се прилага към платения договор, а приложимостта ѝ към първия договор за безплатната (ограничена) версия на цифровата услуга ще зависи от това дали потребителят предоставя лични данни при условията, предвидени в член 3, параграф 1а.

⁽²⁴⁾ Вж. съображение 46, в което, при обясняването на член 13, параграф 1 относно възстановяването на сумите, получени от потребителя, изрично е посочено и плащането от потребителите с ваучери. Спрямо самият договор за придобиване на ваучери ще се прилагат изискванията на ДПП, включително по-специално по отношение на предоставянето на преддоговорна информация за срока на валидност, условията за размяна на стоки и услуги и прехвърлимостта.

⁽²⁵⁾ Понятието „цифрово изражение на стойност“ е изяснено в съображение 23 от Директива (ЕС) 770/2019 относно цифровото съдържание чрез посочване на примери като електронни ваучери, електронни купони и виртуални валути, доколкото те са признати от националното право.

Директивата **не** се прилага за подаръци или услуги, предоставяни от търговеца без заплащане на цената, т.е. „безплатно“ ⁽²⁶⁾.

1.6.2. Договори, при които потребителят предоставя лични данни

Директивата се прилага за договори за цифрово съдържание онлайн и договори за цифрови услуги, при които потребителят предоставя лични данни на търговеца ⁽²⁷⁾. В това отношение ДПП следва същия подход като Директивата за цифровото съдържание (ДЦС).

— *Например ДПП ще се прилага за договори, с които се предоставя безплатен достъп до цифрово съдържание онлайн или цифрови услуги, а потребителят дава съгласието си за обработване на лични данни и за маркетингови цели.*

Подобно на ДЦС, ДПП **не обхваща обаче договорите** за цифрово съдържание онлайн и договорите за цифрови услуги, **при които личните данни се обработват само за целите на изпълнението на договора и спазването на законовите изисквания**. В съображение 34 от Директива (ЕС) 2019/2161 се пояснява, че тези законови изисквания могат да включват например **регистрация на потребителя за целите на сигурността и идентификацията**, когато това е изрично предвидено в приложимото законодателство.

Освен това, както е обяснено в съображение 35 от Директива (ЕС) 2019/2161, директивата не се прилага за ситуации, при които потребителят, без да е сключил договор с търговеца, **е обект на реклами**, което е с цел единствено да получи достъп до цифрово съдържание или цифрова услуга ⁽²⁸⁾.

Изяснено е също, че директивата не се прилага за ситуации, при които търговецът събира **само метаданни**, например информация за устройството или браузъра на потребителя („снемане на цифровите отпечатъци на устройство“ или „снемане на цифровите отпечатъци на браузър“), или неговата история на сърфиране, освен когато това се счита за договор съгласно националното право ⁽²⁹⁾.

Когато договарят включва обработване на лични данни, търговецът трябва да спазва задълженията си съгласно потребителското право и — в качеството си на администратор — също така задълженията съгласно Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета ⁽³⁰⁾ относно защитата на данните (ОРЗД). **Двете правни уредби се прилагат едновременно и по взаимно догълващ се начин към отношенията между предприятията и потребителите.**

За всички договори, при които потребителят предоставя лични данни (независимо дали става въпрос за плащане или не), **търговецът трябва да информира потребителя за целите на обработването** в момента на получаване на личните данни. Освен това администраторът трябва да докаже, че обработването на личните данни може да се извършва на едно от правните основания, посочени в член 6, параграф 1 от ОРЗД. „Договор“ (член 6, параграф 1, буква б) от ОРЗД) е едно от допустимите правни основания съгласно ОРЗД. То обаче е валидно само за обработването, **„необходимо за изпълнението на договора“**, което се тълкува стриктно ⁽³¹⁾.

⁽²⁶⁾ Възможно е обаче по силата на специфичното за сектора законодателство на ЕС Директивата за правата на потребителите (или определени разпоредби от нея) да се прилагат и за такива „безплатни“ договори. По-специално, член 102 от Директива (ЕС) 2018/1972 за създаване на Европейски кодекс за електронни съобщения (ЕКЕС) изисква информацията, посочена в членове 5 и 6 от ДПП, да се предоставя и по отношение на електронни съобщителни услуги, които се предоставят без пряко парично плащане, но които налагат други задължения на потребителите. В тези случаи Регламент за изпълнение (ЕС) 2019/2243 на Комисията за определяне на образец на резюмето на договор, който да се използва от доставчиците на обществени електронни съобщителни услуги съгласно Директива (ЕС) 2018/1972 изисква от търговците да посочат в раздела „цена“, че услугата се предоставя при спазване на определени задължения за потребителите.

⁽²⁷⁾ За да се избегне съмнение, даден договор срещу заплащане може да включва и предоставяне на лични данни от потребителя, но за целите на класифицирането той се разглежда като договор срещу заплащане.

⁽²⁸⁾ В тези ситуации търговецът трябва да обработва лични данни в съответствие с Общия регламент относно защитата на данните.

⁽²⁹⁾ Снемането на цифрови отпечатъци може да се използва за пълно или частично идентифициране на отделни потребители или устройства, дори когато бисквитките са изключени. Във всеки случай всяко събиране на информация от крайното оборудване на потребителя (независимо дали става въпрос за лични данни, като например данни за местоположението или абонатите, или други данни, като например информация за вида и версията на браузъра, операционната система, активните пългини, часовата зона, езика и т.н.) трябва да е в съответствие с Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации, и по-специално с член 5, параграф 3 от нея.)

⁽³⁰⁾ Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета от 27 април 2016 г. относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО (Общ регламент относно защитата на данните) (ОВ L 119, 4.5.2016 г., стр. 1). Понятието „администратор“ е определено в член 4, параграф 7.

⁽³¹⁾ Европейският комитет по защита на данните потвърждава в своите насоки (от октомври 2019 г.) относно прилагането на член 6, параграф 1, буква б) от ОРЗД по-ранната позиция на РГ29 по отношение на предишната Директива 95/46/ЕО, че текстът „необходимо за изпълнението на договор със субекта на данните“ ... трябва да се тълкува стриктно и не обхваща ситуации, в които обработването не е действително необходимо за изпълнението на договор, а по-скоро се налага едностранно от администратора върху съответното физическо лице. Също така обстоятелството, че в даден договор е включено едно или друго обработване на лични данни, не означава автоматично, че обработването е необходимо за изпълнението на този договор.

Поради това за операциите по обработване, които не са необходими за изпълнението на договора, търговецът трябва допълнително да се опира на друго допустимо правно основание за обработване съгласно ОРЗД, например свободното и информирано съгласие на потребителя (член 6, параграф 1, буква а) ⁽³²⁾. В съответствие с ОРЗД съгласието на потребителите е валидно само ако е дадено свободно, конкретно, информирано и недвусмислено. В контекста на договорното отношение съгласието може да бъде дадено свободно, само ако не е обвързано с изпълнението на договора (член 7, параграф 4 от ОРЗД). Следователно възможността за оттегляне на съгласието без понасяне на вреди е съществено изискване за валидността на съгласието (съображение 42 от ОРЗД). След като съгласието бъде оттеглено, търговецът вече не може да обработва законосъобразно личните данни, чието обработване се е основавало на това съгласие.

Поради това за операциите по обработване, които не са необходими за изпълнението на договора, търговецът — администратор на лични данни, трябва да гарантира, че съществува друго правно основание за обработване съгласно ОРЗД. За разлика от това „**договорът**“ по смисъла на ДПП обхваща всички права и задължения на страните, независимо от разликата в правното основание за обработване на лични данни съгласно ОРЗД.

Определянето на дейностите по обработване в контекста на договорите с потребителите и на правилното правно основание съгласно ОРЗД може да помогне на търговеца да разбере дали „договорът“, който сключва с потребителя, е предмет на ДПП. **На практика, когато търговецът трябва да разчита на отделно съгласие на потребителите или на друго правно основание съгласно ОРЗД (с изключение на правното задължение) за обработването на лични данни на потребителите, тогава договорът, в контекста на който се извършва това обработване, ще подлежи на изискванията на ДПП.**

1.7. Договори, за които директивата не се прилага

Както беше изяснено в предходния раздел, съгласно изменението на член 3 от ДПП, въведено с Директива (ЕС) 2019/2161, директивата не се прилага за договори, при които потребителят не заплаща цена или в случай на договори за цифрово съдържание онлайн или цифрови услуги — при които потребителят нито заплаща цена, нито предоставя лични данни на търговеца.

Освен това в член 3, параграф 3 се изброяват конкретни категории договори, изключени от приложното поле на директивата. Например директивата не се прилага за договори за финансови услуги, включително застрахователни и инвестиционни. Изключени също са социалните и здравните услуги, хазартът, разпределеното във времето ползване на собственост и съответните ваканционни услуги. Услугите за превоз на пътници и договорите за пакетни туристически пътувания ⁽³³⁾ са изключени по принцип, въпреки че все още се прилагат специфични разпоредби.

Допълнителни обяснения са дадени по-долу. Като общо правило всички изключения трябва да се тълкуват ограничително ⁽³⁴⁾.

1.7.1. Договори за отдаване под наем и договори за строеж

Член 3

3. Настоящата директива не се прилага за договори:

- д) за придобиването или прехвърлянето на недвижимо имущество или за учредяването, придобиването или прехвърлянето на ограничени вещни права върху недвижимо имущество;
- е) за строеж на нови сгради, съществено преустройство на съществуващи сгради и отдаване под наем на жилища за жилищни нужди;

Изключението по буква д) се отнася до общата категория недвижимо имущество, включително земята, докато буква е) се отнася до сградите.

Докато отдаването под наем на жилища за жилищни нужди е изключено от приложното поле на директивата, **отдаването под наем на жилища за нежилищни нужди** е обхванато. Това също е обяснено в съображение 26: „[...] Договорите за услуги, свързани в частност със строежа на пристройки към сгради (например гараж или веранда) или с ремонта и

⁽³²⁾ Освен съгласието в член 6 от ОРЗД са предвидени редица други правни основания за обработване на данни, които могат да бъдат използвани в зависимост от обстоятелствата в конкретния случай.

⁽³³⁾ Вж. член 27, параграф 2 от Директива (ЕС) 2015/2302 относно пакетните туристически пътувания и свързаните пътнически услуги.

⁽³⁴⁾ Вж. например решението по дело C-215/08, E. Friz GmbH, EU:C:2010:186, точка 32: „В това отношение следва незабавно да се наполни, че съгласно постоянната съдебна практика дерогациите от правилата на правото на Съюза, целящи да осигурят защита на потребителите, трябва да бъдат тълкувани стриктно (вж. по-специално Решение от 13 декември 2001 г. по дело Heiningner, C-481/99, Recueil, стр. I-9945, точка 31)“.

обновяването на сгради, с изключение на съществено преустройство, следва да бъдат включени в приложното поле на настоящата директива, както и договорите за услуги на агент за недвижими имоти и за отдаването под наем на жилища за нежилищни нужди.“

— Например наемането на място за паркиране или зала за тържество е предмет на директивата.

Следва да се прави разграничение между договорите за строителство и договорите за услуги, свързани със строителството. В решението си по дело C-208/19 НК Съдът на ЕС отбеляза, че изключението по член 3, параграф 3, буква е) не се прилага за договор между архитект и потребител, според който първият е задължен да изготви проект за строителството на нова сграда. Въпреки че проектирането предхожда строителните работи, то е отделен процес и всъщност не е сигурно, че сградата изобщо ще бъде построена ⁽³⁵⁾.

Освен това, въз основа на член 2, параграфи 3 и 4 и член 16, първа алинея, буква в), такъв договор не може да се разглежда като договор за доставка на стоки, изработени по спецификациите на потребителя или ясно индивидуализирани по смисъла на втората разпоредба. Въпреки че проектът може да бъде предоставен в материална форма на хартия или като цифрово съдържание, предметът на договора е интелектуална услуга — архитектурен проект, а последващата доставка има само спомагателна функция ⁽³⁶⁾.

В съответствие с горната логика ДПП следва да се прилага за договори за услуги, които може да са свързани със строителството, но представляват отделен процес с независим резултат, като например договори, сключени с геодезисти, договори за интериорен дизайн, за вертикална планировка и т.н.

1.7.2. *Пакетни туристически пътувания*

Член 3

3. Настоящата директива не се прилага за договори:

ж) за пакетни туристически пътувания съгласно определението в член 3, точка 2 от Директива (ЕС) 2015/2302 на Европейския парламент и на Съвета.

Член 6, параграф 7, член 8, параграфи 2 и 6, членове 19, 21 и 22 от настоящата директива се прилагат *mutatis mutandis* за туристическите пакети съгласно определението в член 3, точка 2 от Директива (ЕС) 2015/2302 по отношение на пътувачи, съгласно определението в член 3, точка 6 от посочената директива;

Някои разпоредби на директивата се прилагат към **договорите за туристически пакети**, определени в Директива (ЕС) 2015/2302 на Европейския парламент и на Съвета ⁽³⁷⁾ относно пакетните туристически пътувания, а именно възможността на държавите членки за избор на нормативна уредба относно изискванията за езика на договорната информация (член 6, параграф 7); информацията, която търговците трябва да предоставят на потребителите пряко преди сключването на договор по електронен път, включително за задължението на потребителя да плати (член 8, параграф 2); възможността на държавите членки за избор на нормативна уредба по отношение на потвърждаването на офертата в случай на договори от разстояние, сключени по телефон (член 8, параграф 6); забраната на такси за използване на платежни средства (член 19); забраната за използване на телефонни номера, таксувани на цена, по-висока от основната (член 21); както и изискването за изрично съгласие на потребителите за допълнителни плащания (член 22).

Следва да се отбележи, че Директивата за пакетните туристически пътувания урежда и така наречените „**свързани пътнически услуги**“ ⁽³⁸⁾, които включват най-малко два различни вида пътнически услуги, закупени за целите на едно и също пътуване или почивка, но не представляват пакет (по смисъла на тази директива) и са резултат от сключването на отделни договори с отделни доставчици на пътнически услуги. В ДПП се определят изискванията за предоставяне на

⁽³⁵⁾ C-208/19, НК (Договор между архитект и потребител за изготвянето на проект за нова еднофамилна къща), EU:C:2020:382, точка 43.

⁽³⁶⁾ Пак там, точки 58–59.

⁽³⁷⁾ Директива (ЕС) 2015/2302 на Европейския парламент и на Съвета от 25 ноември 2015 г. относно пакетните туристически пътувания и свързаните пътнически услуги, за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 и Директива 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета и за отмяна на Директива 90/314/ЕИО на Съвета (ОВ L 326, 11.12.2015 г., стр. 1).

⁽³⁸⁾ Определени в член 3, параграф 5 от Директивата за пакетните туристически пътувания.

предоговорна информация, като тези изисквания се прилагат за отделните договори за услуги, които съставляват свързана пътническа услуга, при спазване на ограниченията, определени в член 3, параграф 3 и член 16, първа алинея, буква л). Например по отношение на договорите за услуги за превоз на пътници ще се прилагат само изискванията по член 8, параграф 2 и членове 19, 21 и 22 (за повече информация вж. раздел 1.7.5 по-долу).

1.7.3. Договори, сключени от лице на публична длъжност

Член 3

3. Настоящата директива не се прилага за договори:

- и) които, в съответствие с правото на държавите членки, са сключени от лице на публична длъжност, което има законово задължение да бъде независимо и безпристрастно и трябва да гарантира, като предоставя всеобхватна правна информация, че потребителят сключва договора въз основа на внимателно правно обмисляне и със знание на правното му значение и обхват;

Директивата не определя лицата на публична длъжност, посочени в тази разпоредба. Тя обаче определя критериите, на които те трябва да отговарят, за да попада договорът извън обхвата на директивата. Това изключение се прилага само за договори, сключени от лице на публична длъжност (като нотариус), който подлежи съгласно националното право на всички условия съгласно член 3, параграф 3, буква и):

— Например изключението не се прилага за договор, при който лице на публична длъжност, което има законово задължение да бъде независимо и безпристрастно, само е удостоверило самотичността на страните.

За да бъде това изключение приложимо, не изглежда да е необходимо националното право да **изисква** въпросният договор да бъде сключен чрез услугите на лице на публична длъжност. Изключението също следва да се прилага, ако една от страните или и двете страни по договора **по свое желание поискат** техният договор да бъде сключен чрез лице на публична длъжност ⁽³⁹⁾.

1.7.4. Договори за стоки за текущо потребление

Член 3

3. Настоящата директива не се прилага за договори:

- й) за доставка на храни, напитки или други стоки за текущо потребление в домакинството, които се доставят физически от търговец при чести и редовни разносни обиколки до дома, жилището или работното място на потребителя;

Това изключение изисква да са изпълнени две условия, а именно:

- а) търговецът да доставя стоките при „чести и редовни разносни обиколки“, и
- б) тези стоки да са за „текущо потребление в домакинството“.

Изричното посочване на доставка до „работното място“ на потребителя в тази разпоредба предполага, че фактическото потребление на стоките не е необходимо непременно да се извършва в дома.

1.7.5. Пътнически транспорт

Член 3

3. Настоящата директива не се прилага за договори:

- к) за услуги за превоз на пътници, с изключение на член 8, параграф 2 и членове 19, 21 и 22;

⁽³⁹⁾ Вж. различния подход в Директива 2008/48/ЕО относно договорите за потребителски кредити, в която в член 14 относно правото на отказ се посочват споразумения, които „по закон следва да бъдат сключени“ чрез услугите на нотариус: „6. Държавите членки могат да предвидят, че параграфи 1—4 от настоящия член не се прилагат за договори за кредит, които **по закон следва да бъдат сключени чрез услугите** на нотариус, при условие че нотариусът потвърди, че са гарантирани правата на потребителя, предвидени съгласно членове 5 и 10.“

С Директива (ЕС) 2019/2161 това изключение беше изменено и член 21 относно изискването за „базова тарифа“ за телефонни съобщения след сключване на договор беше приложено и за пътническия транспорт (за повече информация вж. раздел 9).

В решението си по дело C-583/18 *DB Vertrieb* Съдът на ЕС постанови, че това изключение не се прилага за продажбата на **карти за намаления в транспорта**, следователно продажбата на такива карти попада в обхвата на директивата.

Съдът квалифицира тази продажба като вид „договор за услуги“ със специален предмет, който сам по себе си не е **пряко свързан с предоставянето на възможност за превоз на пътници**. Вместо това договорът с предмет предоставяне на право на потребителя на намаление на цената при последващо сключване на договори за превоз на пътници и договорът за закупуване на билет за превоз на пътници са два договора, които са правно различни един от друг, така че първият не може да се разглежда като договор, неразривно свързан с втория. Закупуването на карта, която дава на притежателя си право на намаление на цените при закупуване на билети за транспорт, не води непременно до последващо сключване на договор, чийто предмет е самият превоз на пътници ⁽⁴⁰⁾.

1.7.6. Автоматизирани продажби

Член 3

3. Настоящата директива не се прилага за договори:

л) сключени чрез автомати за продажба или автоматизирани търговски обекти;

Това изключение се прилага за договори, сключени във физическото присъствие на потребителя и на мястото, където стоката или услугата се продава/предоставя с автоматични средства, като например автомати за продажба, автоматизирани бензиностанции или паркинги.

1.7.7. Определени договори, свързани с електронните съобщения

Член 3

3. Настоящата директива не се прилага за договори:

м) сключени с телекомуникационни оператори чрез обществени телефони за използването на тези телефони или сключени с цел осъществяване от потребителя на една-единствена връзка по телефон, интернет или факс.

Тази разпоредба освобождава два вида договори от приложното поле на директивата.

Първият вид, посочен в ДПП, са **договорите, сключени с доставчици на електронни съобщителни услуги чрез обществени телефони за използването на тези телефони**. Понятието „обществен телефон“ се отнася до телефонен апарат, който е достъпен за обществото и за използването на който се използват платежни средства като монети и/или кредитни/дебитни карти и/или предварително платени карти, включително карти за употреба с кодове за избиране ⁽⁴¹⁾.

— Тъй като това изключение се прилага за договорите, сключени „чрез“ обществени телефони, то следва да обхваща случаите, в които договорът е сключен например чрез поставяне на монети или прокарване на кредитна карта в обществения телефон, за да се осъществи гласово повикване или да се получи достъп до телефонен указател или друга справочна услуга, предлагана от същия оператор.

— Изключението не следва да се прилага за договори, сключени с оператори на обществени телефони, например чрез предварителното закупуване на предплатена телефонна карта.

Втората част на член 3, параграф 3, буква м) относно **договорите, сключени с цел осъществяване от потребителя на „една-единствена връзка“**, има по-широк обхват. За разлика от договорите за използване на обществени телефони не са посочени страните по този вид договор, което предполага, че не се обхващат само договорите с оператори на електронни съобщителни услуги. Освен това нищо не е посочено във връзка с целта или съдържанието на този вид договори.

⁽⁴⁰⁾ C-583/18, *DB Vertrieb*, EU:C:2020:199, точка 35.

⁽⁴¹⁾ Терминът „обществен телефон“ е определен в член 2 от Директива 2002/22/ЕО за универсалната услуга, която беше отменена с Европейския кодекс за електронни съобщения (Директива (ЕС) 2018/1972, ЕКЕС). В ЕКЕС не се дава отделно определение за „обществен телефон“, но в съображение 235 се използва формулировката на член 2 от Директивата за универсалната услуга.

Следователно това изключение обхваща например:

— Договор за използване на *безжичен маршрутизатор (WAP)* за една сесия в интернет.

Това изключение обаче не следва да се прилага за **договори за електронни съобщителни услуги** ⁽⁴²⁾, които обхващат определен период и/или обем на ползване, например:

— *Договори, сключени чрез предварителното закупуване на предплатена SIM карта за мобилни услуги или на код за многократно използване или дългосрочен достъп до безжични услуги.*

Това изключение се прилага също така за договорите, сключени с доставчиците на услуги, предоставяни по специална тарифа (УПСТ), т.е. услуги, заплащани чрез сметката за телефон на потребителя, ⁽⁴³⁾ в случаите, когато договърът **е сключен и едновременно изцяло изпълнен чрез еднократно обаждане и/или кратко текстово съобщение (SMS), изпратено от потребителя на номера за УПСТ, например:**

— *Изходящо повикване до телефонна справочна услуга или гласуване в телевизионна програма.*

Разликата се изразява в това, че ДПП е приложима към договори, при които гласовото повикване или SMS към номер за услуга, предоставяна по специална тарифа, е **средство за сключване и заплащане на договор**, който се изпълнява впоследствие:

— *Пример за това са договорите, сключени чрез SMS, изпратен до доставчик на услуги за паркиране.*

В тези случаи търговецът трябва да информира потребителя за разходите, свързани с гласовото повикване или краткото съобщение до номера за услуги, предоставяни по специална тарифа, тъй като тези разходи ще представляват „цената“ на съответния договор по смисъла на член 6, параграф 1, буква д). Освен това съгласно член 6, параграф 1, буква е) от директивата се изисква информация за разходите, свързани с използването на средство за комуникация от разстояние, които надвишават „базовата тарифа“ за сключване на договор. Тълкуването на понятието „базова тарифа“ е разгледано по-подробно в раздел 8.

Обстоятелството, че по силата на член 3, параграф 3, буква м) директивата не се прилага за определени договори, включващи услуги, предоставяни по специална тарифа, не означава, че те не са обект на разпоредби за защита на потребителите. Нормативната уредба на ЕС за електронните съобщителни услуги, по-специално Европейският кодекс за електронни съобщения (Директива (ЕС) 2018/1972 на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁴⁴⁾), позволява на държавите членки и съответните национални регулаторни органи да приемат специални мерки за защита на потребителите по отношение на услугите, предоставяни по специална тарифа. Поради това редица държави членки са въвели допълнителни предпазни мерки в тази област, включително например ограничения на потреблението, задължение за съобщаване на цената при започване на повикването и т.н.

1.8. **Възможно освобождаване от разпоредбата за договори извън търговския обект с ниска стойност**

Разпоредбата на член 3, параграф 4 позволява на държавите членки да не прилагат директивата по отношение на договори извън търговския обект, при които плащането, което се очаква от потребителя, не надвишава 50 евро или по-ниска стойност, определена съгласно националното законодателство. Ако дадена държава членка реши да се възползва от тази възможност за избор на нормативна уредба, съществува риск директивата да бъде заобиколена от търговци, които могат да решат да разделят изкуствено един договор над определения праг на няколко договора. Както е изяснено в съображение 28: „[...] Като потребителят сключва по едно и също време два или повече договора със свързан предмет, общата сума на договорите следва да се вземе предвид за целите на прилагане на определения праг.“ Този принцип също ще се прилага за:

— *Например продажбата на всяка книга от трилогия с три отделни договора или продажбата на чифт обици с два отделни договори по едно и също време.*

При дългосрочните договори (абонаменти) съответната сума за прилагането на това изключение е общата сума, която потребителят се задължава да плати при сключването на договора, т.е. общата сума на месечните вноски или такси за договорения период на договора, включително всички „безплатни“ периоди.

⁽⁴²⁾ Вж. също секторното законодателство, по-специално ЕКЕС, който включва разпоредби относно договорите за електронни съобщителни услуги, например членове 102—107.

⁽⁴³⁾ Това могат да бъдат определени „услуги с добавена стойност“ или „услуги, предоставяни по специална тарифа“. Съгласно предложението на Комисията от 24.2.2021 г. за регламент относно роуминга (Предложение за Регламент на Европейския парламент и на Съвета относно роуминга в обществени мобилни съобщителни мрежи в рамките на Съюза, COM/2011/0402 final - 2011/0187 (COD) услугите с добавена стойност (УДС) следва да се разбират като услуги, предоставяни при използването например на телефонни номера с добавена стойност, безплатни телефонни номера или номера с поделени разходи, и са предмет на специални ценови условия на национално равнище (вж. съображение 36 от посоченото предложение). Поради това услугите, предоставяни по специална тарифа, са само една от категориите услуги с добавена стойност, които са по-широко понятие, обхващащо също така обаждания на горещи телефонни линии или линии за помощ, които са безплатни за потребителя.

⁽⁴⁴⁾ Директива (ЕС) 2018/1972 на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2018 г. за установяване на Европейски кодекс за електронни съобщения (ОВ L 321, 17.12.2018 г., стр. 36).

1.9. Правила за публичните търгове

Директивата се прилага за търговете, подлежащи на специалните правила относно „публичния търг“, определен в член 2, параграф 13 като „метод на продажба, при който стоки или услуги се предлагат от търговеца на потребителя, **който присъства или има възможност да присъства лично на търга**, чрез процедура на прозрачно, конкурентно наддаване, ръководена от провеждащ търга, като спечелилият наддаването участник е длъжен да закупи стоките или услугите“.

По отношение на публичните търгове разпоредбата на член 6, параграф 3 позволява самоличността, данните за контакт и географският адрес на обекта и мястото на стопанска дейност на търговеца, продаващ стоките или услугите, да се заменят с тези на провеждащия търга. Освен това съгласно изключението, предвидено в член 16, първа алинея, буква к), не съществува право на отказ от договори, сключени по време на публичен търг.

Публичният търг следва да предоставя на потребителите възможността да присъстват лично, дори ако също е възможно да участват в наддаването онлайн или по телефона. За разлика от това търговете, провеждани онлайн, при които няма възможност да се присъства лично, не следва да се считат за публични търгове.

В съображение 24 се посочва, че „[...] използването за целите на провеждане на търг на онлайн платформи, които са на разположение на потребителите и търговците, не следва да се счита за публичен търг по смисъла на настоящата директива“. Следователно онлайн търговете, провеждани онлайн, следва изцяло да подлежат на разпоредбите на директивата, например относно преддоговорната информация, която трябва да бъде предоставена преди потребителят да бъде обвързан с договора (офертата), и правото на отказ.

— Пример за ограниченията на горното изключение е онлайн платформа, която предлага за продажба на потребителите различни артикули, като например части за превозни средства, малки машини, инструменти, електроника и мебели. Въпреки че сделките могат да бъдат сключени под формата на търг, при който продажната цена на стоките се определя въз основа на наддаване върху начална цена, това не може да се квалифицира като „публичен търг“. Следователно потребителите ще запазят правото си да оттеглят оферта, след като са я направили, в сроковете, предвидени в ДПП.

2. Договори извън търговския обект

2.1. Договори, сключени извън търговския обект на търговеца

Договорите, сключени извън търговския обект, са определени в член 2, параграф 8 по следния начин:

Член 2

(8) „договор извън търговския обект“ означава всеки договор между търговеца и потребителя:

- а) сключен при едновременното физическо присъствие на търговеца и на потребителя на място, което е различно от търговския обект на търговеца;
- б) за който при същите обстоятелства като посочените в буква а) е направено предложение за сключване на договор от потребителя; [...]

Търговските обекти са определени в член 2, параграф 9, както следва:

Член 2

(9) „търговски обект“ означава:

- а) всеки недвижим обект за търговия на дребно, в който търговецът осъществява постоянно дейността си; или
- б) всеки движим обект за търговия на дребно, в който търговецът осъществява обичайно дейността си;

В съображение 22 са дадени няколко примера за това какво следва да се счита за „търговски обект“. От една страна понятието обхваща „магазини, щандове или камиони, както и пазарни сергии и панаирни щандове, служещи на търговеца като негово постоянно или обичайно място за извършване на търговия“.

По подобен начин **обекти за търговия** на дребно, в които търговецът осъществява **дейността си на сезонна основа**, например през туристическия сезон в планински или морски курорт, следва да се считат за търговски обекти, тъй като търговецът осъществява в тези обекти дейността си обичайно.

От друга страна **обществени места**, като улици, търговски центрове, плажове, спортни съоръжения и обществения транспорт, **който търговецът използва в изключителни случаи** за своята търговска дейност, не следва да се разглеждат като търговски обекти. **Частните домове и работните места (на потребителите)** също не следва да се разглеждат като търговски обекти.

Договорите, сключени по време на посещение на търговеца в дома или на работното място на потребителя, са договори извън търговския обект, **независимо дали посещението е било поискано от потребителя или не**. Такъв договор извън търговския обект може да бъде предшестван от подготвителни стъпки:

- *Например посещението на представител на търговеца (техник) в жилището на потребителя, за да продаде и монтира едновременно оборудване или устройство, ще бъде договор за услуги извън търговския обект, независимо че потребителят предварително е поискал (резервирал) такова посещение след лично посещение в магазина на търговеца.*
- *За разлика от това, ако договорът е бил действително сключен по време на посещението на клиента в магазина или чрез средства за комуникация от разстояние, последващото посещение на техника за монтиране на необходимото оборудване в жилището на потребителя не би променило квалификацията на договора в договор извън търговския обект.*

В решението си по дело C-485/17 *Verbraucherzentrale Berlin* ⁽⁴⁵⁾ Съдът на ЕС потвърждава, че понятието „**обичайно**“ по смисъла на член 2, параграф 9, буква б) трябва да се разбира като отнасящо се до факта, че разглежданата дейност, която се извършва във въпросните помещения, е „**обичайна дейност**“. Прилагането на това понятие изисква оценка на всеки отделен случай, като се вземат предвид по-специално видът на продаваните стоки или услуги и търговската практика на конкретния търговец.

По-конкретно Съдът разглежда ситуацията на управляван от търговец щанд на търговски панаир, където той извършва дейността си за няколко дни всяка година. Съдът постановява, че такъв щанд **представява „търговски обект“**, ако потребител, който е относително осведомен и в разумни граници е наблюдателен и съобразителен, **може — с оглед на всички свързани с дейността на търговеца фактически обстоятелства, и по-специално на външния изглед на щанда и изнесената в помещенията на самия панаир информация — основателно да очаква, че търговецът осъществява там дейността си и че ще го прикани да сключи договор** ⁽⁴⁶⁾.

Освен това Съдът приема, че предишните му заключения по дело C-423/97 *Travel-Vac, S.L.* относно тълкуването на предишната Директива 85/577/ЕИО на Съвета продължават да бъдат валидни. В това решение Съдът изрично посочва, че:

„Що се отнася до въпроса дали договорът е сключен извън търговския обект на търговеца, следва да се отбележи, че това понятие се отнася за помещения, в които търговецът обикновено извършва дейността си и които са ясно определени като помещения за продажби на населението.“ ⁽⁴⁷⁾

Следователно, ако търговецът използва помещения за продажба на стоки и услуги, които не се използват „обичайно“ за тази цел и които не са ясно определени като помещения за продажба на населението, сключените с потребителите договори би трябвало да се считат за договори извън търговския обект.

- *Например продажбата на стоки по време на събития (конгреси, семинари, тържества и т.н.), организирани в ресторанти, кафенета или хотели, наети за целите на съответното събитие, вероятно ще бъде договор извън търговския обект.*

Класифицирането на даден договор като договор извън търговския обект зависи от обстоятелствата, при които е сключен договорът. Търговецът е наясно с естеството на своята дейност и следва да действа съгласно правилата, уреждащи договорите в търговския обект или договорите извън търговския обект. Всеки спор по отношение на това дали, например, правото на отказ е било приложимо, тъй като договорът е трябвало да се счита за договор извън търговския обект, ще трябва да се преценява за всеки отделен случай.

2.2. Договори, сключени след осъществяването на контакт с потребителя извън търговския обект

Член 2

(8) „договор извън търговския обект“ означава всеки договор между търговеца и потребителя: [...]

- в) сключен в търговския обект на търговеца или чрез използването на средство за комуникация от разстояние непосредствено след като е осъществен личен и индивидуален контакт с потребителя на място, което е различно от търговския обект на търговеца, при едновременното физическо присъствие на търговеца и потребителя; или [...]

⁽⁴⁵⁾ C-485/17, *Verbraucherzentrale Berlin*, EU:C:2018:642.

⁽⁴⁶⁾ Пак там, точка 46.

⁽⁴⁷⁾ C-423/97, *Travel-Vac, S.L.*, EU:C:1999:197, точка 37.

В член 2, параграф 8, буква в) се дава друг пример за договори извън търговския обект. Термините „личен и индивидуален контакт“ в тази разпоредба следва да се прилагат към оферти и подобни търговски съобщения (независимо от тяхната правна класификация), които са били формализирани в договор непосредствено след това в търговския обект на търговеца или чрез използването на средство за комуникация от разстояние.

За да може да се прилага тази разпоредба, предложението на търговеца следва да бъде насочено към определен потребител например:

- Представител на търговеца се обръща към конкретен потребител на улицата с предложение за абонамент за месечно списание и договарят се подписва незабавно в близкия търговски обект на търговеца.
- Самото разпространение на рекламни листовки на улицата в близост до търговския обект на търговеца без индивидуално насочване към отделни потребители обаче не би се считало за „личен и индивидуален контакт“ с потребителя по смисъла на тази разпоредба.

В допълнение, за да се прилага тази разпоредба, договарят следва да бъде сключен незабавно. Договорът не е сключен незабавно, ако потребителят напусне обекта на търговеца, след като е бил поканен в него, и се върне по своя инициатива по-късно, например на следващия ден, след като е обмислил предложението.

В решението си по дело C-465/19 *B & L Elektrogeräte GmbH* Съдът на ЕС постановява, че **коридорът, който е общ за различните щандове в изложбена зала**, в която се намира щандът на търговеца (който сам по себе си е признат за „търговски обект“), **не може да се счита за „търговски обект“**, доколкото този коридор осигурява достъп до всички щандове на търговците в тази зала. Ето защо, когато търговецът се обръща към клиент в такова общо пространство на изложението, в резултат на което непосредствено след това се сключва договор на щанд, управляван от търговеца, това е „договор извън търговския обект“ по смисъла на член 2, параграф 8 от ДПП⁽⁴⁸⁾.

2.3. Договори, сключени по време на пътуване, организирано от търговеца

Член 2

(8) „договор извън търговския обект“ означава всеки договор между търговеца и потребителя: [...]

г) сключен по време на пътуване, организирано от търговеца с цел или резултат насърчаване продажбата на стоки или услуги на потребителя;

В член 2, параграф 8, буква г) от директивата договорите извън търговския обект се определят като договори, сключени по време на пътуване, организирано от търговеца, **независимо от това дали договорите са сключени извън или в търговския обект на търговеца.**

Освен това в директивата се уточнява, че тя обхваща и пътуванията, чиято цел „цел“ и „резултат“ е рекламирането и продажбата на продукти на потребителя, т.е. **не би трябвало да е от значение дали потребителят е предварително информиран за планираната продажба на продукти по време на екскурзията.**

Понятието „екскурзия“ обхваща пътувания, които включват разглеждане на забележителности или други дейности, свързани с отдиха, или пътувания до места като ресторанти, кафенета или хотели, където се организира събитие за продажба извън търговския обект. При прилагането на това понятие не следва да е от значение дали търговецът, продаващ продукти по време на екскурзията, организира транспорта сам, или се е договорил с транспортно дружество:

- Така например, ако търговец се е договорил с организатор на екскурзии за това по време на екскурзиите туристите на този организатор да се водят и в неговия магазин, сключените в магазина договори е вероятно да представляват договори извън търговския обект, независимо че въпросният магазин е търговския обект на търговеца.
- За разлика от това една автобусна линия, организирана от търговски център с единствената цел да докара потенциалните клиенти в търговския център, е просто спомагателна услуга към основната дейност (т.е. продажбата на стоки и услуги) и не следва да се счита за „екскурзия“ за целите на член 2, параграф 8.

⁽⁴⁸⁾ C-465/19, *B & L Elektrogeräte GmbH*, EU:C:2019:1091, точки 29 и 34.

3. Информация за потребителите

3.1. Общи изисквания

3.1.1. Въведение

Изискванията за предоставяне на предоговорна информация са определени в членове 5—8 от директивата. Те са определени отделно за договорите в търговския обект в член 5, параграф 1 и за договорите извън търговския обект и договорите от разстояние в член 6, параграф 1. Изискванията за договорите извън търговския обект и договорите от разстояние са по-обхватни и се основават на тези, предвидени за договорите в търговския обект. Допълнителни специфични изисквания за предоставяне на информация за договорите, сключвани на онлайн места за търговия, са посочени в член 6а, който беше добавен към ДПП с Директива (ЕС) 2019/2161.

Изискванията за предоставяне на информация относно **правото на отказ** съгласно член 6, параграф 1, букви з)—к) са разгледани отделно в раздел 5.

3.1.2. Яснота на информацията и връзка с Директивата относно нелоялни търговски практики (ДНТП)

В член 7 от ДНТП е въведена забрана за заблуждаващи бездействия, т.е. търговските практики, при които се пропуска или предоставя по неясен, неразбираем, двусмислен или ненавременен начин **„съществена информация**, необходима на средния потребител, за да вземе решение за сделка на база осведоменост“, когато такава практика подтиква средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел. В член 7, параграф 4 се определят изискванията за предоставяне на информация за „оферта за покупка“, която представлява търговско съобщение, включващо информация за характеристиките и цената на продукта, като по този начин обхваща и предоговорния етап на сделката.

В Директивата за правата на потребителите предоговорният етап е регламентиран по-подробно, отколкото в Директивата относно нелоялни търговски практики. Членове 5 и 6 от ДПП обхващат всички изисквания за информация, посочени в член 7, параграф 4 от ДНТП⁽⁴⁹⁾. Следователно, при предоставянето на предоговорна информация в съответствие с Директивата за правата на потребителите, търговецът също така спазва изискванията за предоставяне на информация по отношение на офертата за покупка съгласно член 7, параграф 4 от Директивата относно нелоялни търговски практики. Това не засяга прилагането на други изисквания за прозрачност и справедливост съгласно ДНТП.

И в член 5, параграф 1, и в член 6, параграф 1 от ДПП се изисква информацията да бъде предоставена по *„ясен и разбираем начин“*. В съображение 34 се уточнява, че при предоставянето на предоговорна информация, *„[...] търговецът следва да отчита специфичните потребности на потребителите, които са особено уязвими поради ултствен, физически или психически недостатък, възраст или доверчивост, по начин, който търговецът разумно би трябвало да предвиди. Независимо от това взелането предвид на тези специфични потребности не следва да води до различни равнища на защита на потребителите“*.

Освен това съгласно общите правила на член 7, параграф 2 от Директивата относно нелоялни търговски практики търговците трябва да гарантират, че информацията е разбираема и своевременна, т.е. начинът и моментът, в който се предоставя съответната предоговорна информация, трябва да позволяват на средния потребител да вземе информирано решение за сделката.

За договорите **извън търговския обект** в член 7, параграф 1 от ДПП допълнително се изисква предоговорната информация да се представя *„четливо на ясен и разбираем език“*, а за **договорите от разстояние** в член 8, параграф 1 от ДПП се изисква информацията да се предоставя на потребителя *„по начин, съобразен с използваното средство за комуникация от разстояние, на ясен и разбираем език. Доколкото въпросната информация се предоставя на траен носител, тя трябва да бъде четливо написана“*.

Не е достатъчно задължителната предоговорна информация да се предостави само като част от общите условия, които понякога потребителят трябва да приеме, преди да продължи процеса на сделката⁽⁵⁰⁾. Изискването за предоставяне на информация по „ясен и разбираем начин“ означава, че отделните елементи на задължителната информация трябва да бъдат представени на вниманието на потребителя.

В онлайн контекст търговците трябва да направят задължителната информация лесно достъпна и ясно видима за потребителите. Поради обема на задължителната информация невинаги е възможно тази информация да се предостави за потребителите по „ясен и разбираем“ начин на една страница. Следва да се избягват прекалено дълги страници, при които потребителите трябва да скролират много надолу, за да прочетат цялото съдържание.

⁽⁴⁹⁾ Съгласно член 7, параграф 4 от ДНТП офертата за покупка трябва да съдържа, ако това не е видно от контекста, информация за: основните характеристики на продукта до степен, уместна предвид средството за комуникация и продукта; адреса и самоличността на търговеца, цената с включени данъци и такси, условия на плащане, доставка и изпълнение, ако те се отклоняват от изискванията за дължимата професионална грижа; и, когато е приложимо, наличието на право на отказ.

⁽⁵⁰⁾ Дело C-536/20 *Tiketa*, което е висящо към момента на публикуването, се отнася до въпроса дали изискванията на ДПП могат да бъдат изпълнени в случай на договор, сключен на платформа за продажба на билети (т.е. онлайн място за търговия), чрез приемане на общите условия.

Вместо това различните елементи на преддоговорната информация следва да се предоставят, **когато са най-важни в процеса на сключване на договора**, докато потребителят преминава от една страница на онлайн интерфейса към друга. Когато е необходимо, информацията по конкретни въпроси трябва да бъде предоставена на различни нива, като на заглавната страница има видим указател, водещ към свързаната страница, където са предоставени всички подробности по съответния въпрос ⁽⁵¹⁾.

Допълнителни изисквания за представяне на договорите от разстояние, сключени по електронен път, са посочени в член 8, параграф 2 от директивата и са разгледани по-подробно в раздел 4.2.4.

3.1.3. Информация, която вече „е ясна от контекста“

За договорите в **търговския обект** разпоредбата на член 5 позволява на търговците да не предоставят информация, която вече „е ясна от контекста“.

Понятието за информация, която вече „е ясна от контекста“ също се използва и в член 7, параграф 2 на Директивата относно нелоялни търговски практики ⁽⁵²⁾. Например географският адрес и самоличността на търговеца могат да се считат за „очевидни или ясни от контекста“, тъй като потребителите обикновено знаят адреса на магазина или ресторанта, в който се намират.

3.1.4. Изисквания за предоставяне на информация по други нормативни актове на Съюза

Директивата е с междусекторен характер. Той допълва правилата за защита на потребителите, които са специфични за съответния продукт и сектор, по-специално по отношение на изискванията за информация.

По силата на член 3, параграф 2 ⁽⁵³⁾ ДПП не засяга прилагането на изискванията за информация съгласно други нормативни актове на Съюза, регулиращи конкретни сектори. Това включва Общия регламент относно защитата на данните — Регламент (ЕС) 2016/679 и Директива 2002/58/ЕО на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁵⁴⁾ за правото на неприкосновеност на личния живот в сектора на електронните комуникации, които са особено важни при онлайн продажбите по отношение на въпроси като информацията за обработването на лични данни и съгласието на субектите на данни за обработването на техните лични данни, когато това се изисква.

Освен това допълнителни изисквания за информация за електронните съобщителни услуги са определени в Европейския кодекс за електронни съобщения (ЕКЕС, Директива (ЕС) 2018/1972) и в Регламент за изпълнение (ЕС) 2019/2243 ⁽⁵⁵⁾ на Комисията относно образца на резюмето на договор.

В член 102, параграф 1 от ЕКЕС е посочена информацията, чрез позоваване на членове 5 и 6 от ДПП и приложение VIII към ЕКЕС, която доставчиците на обществени електронни съобщителни услуги следва да предоставят, преди потребителят да бъде обвързан с договор или съответна оферта. Доставчиците на обществени електронни съобщителни услуги също са длъжни да предоставят на потребителите кратко и лесно четимо резюме на договора (член 102, параграф 3 от ЕКЕС и Регламент за изпълнение (ЕС) 2019/2243). **Само по себе си обаче предоставянето на резюме на договора не удовлетворява напълно всички задължения за предоставяне на преддоговорна информация**, както е предвидено в член 102, параграф 1 и приложение VIII към ЕКЕС.

⁽⁵¹⁾ През юли 2019 г. стопански организации в ЕС публикуваха инициатива за саморегулиране, озаглавена „Препоръки за по-добро представяне на информация на потребителите“. Инициативата се отнася до представянето както на задължителната информация за потребителите, така и на общите условия на търговеца. По-специално, предложен е модел („Пътешествие на потребителя“) за предоставяне на информация на потребителите на различни етапи от сделката, включително чрез графични елементи. На разположение на адрес: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/sr_information_presentation.pdf.

⁽⁵²⁾ Вж. раздел 2.9 от ръководството за ДНПП.

⁽⁵³⁾ Член 3, параграф 2 гласи следното: „Ако някоя от разпоредбите на настоящата директива противоречи на разпоредба на друг акт на Съюза, регулиращ конкретни сектори, разпоредбата на другия акт на Съюза има предимство и се прилага за тези конкретни сектори“.

⁽⁵⁴⁾ Директива 2002/58/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 юли 2002 г. относно обработката на лични данни и защита на правото на неприкосновеност на личния живот в сектора на електронните комуникации (Директива за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации) (ОВ L 201, 31.7.2002 г., стр. 37).

⁽⁵⁵⁾ Регламент за изпълнение (ЕС) 2019/2243 на Комисията от 17 декември 2019 г. за определяне на образец на резюмето на договор, който да се използва от доставчиците на обществени електронни съобщителни услуги съгласно Директива (ЕС) 2018/1972 на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 336, 30.12.2019 г., стр. 274).

Допълнителни изисквания за предоставяне на информация са установени и в Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета относно аудиовизуалните медийни услуги ⁽⁵⁶⁾, Директива 2009/72/ЕО на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁵⁷⁾ по отношение на електроенергията, Директива 2009/73/ЕО на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁵⁸⁾ по отношение на природния газ и т.н. ⁽⁵⁹⁾

В член 6, параграф 8 от ДПП се разглежда конкретно връзката между изискванията за предоставяне на информация, установени в директивата, и **изискванията, съдържащи се в директивата за услугите — Директива 2006/123/ЕО на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁶⁰⁾, както и в директивата за електронната търговия — Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁶¹⁾. Първо, в него се уточнява, че изискванията за предоставяне на информация в тези три нормативни акта се допълват. На второ място се пояснява, че ако някоя от разпоредбите на тези две директиви относно „съдържанието и начина, по който следва да се предоставя информацията“ противоречи на разпоредба на Директивата относно правата на потребителите, предимство има разпоредбата, предвидена в ДПП. ⁽⁶²⁾**

3.1.5. Налагане на допълнителни изисквания за предоставяне на информация

Според член 4 от ДПП: „Държавите членки не могат да запазват или въвеждат в своето национално право разпоредби, отклоняващи се от предвидените в настоящата директива, включително повече или по-малко строги разпоредби, с които да гарантират различно равнище на защита на потребителите, освен ако в настоящата директива не е предвидено друго“.

Една от дерогациите от този подход за пълна хармонизация се съдържа в член 5, параграф 4, който позволява на държавите членки да приемат или да запазват допълнителни изисквания за предоставяне на предоговорна информация за **договорите в търговския обект**.

Макар че изискванията за информация за договорите извън търговския обект и договорите от разстояние по принцип са изчерпателни, съгласно член 6, параграф 8 и съображение 12 от директивата **държавите членки могат да налагат допълнителни изисквания за предоставяне на информация в съответствие с Директива 2006/123/ЕО относно услугите и Директива 2000/31/ЕО относно електронната търговия**.

Съответната разпоредба на Директивата за електронната търговия в това отношение е член 5, която изисква от държавите членки да гарантират, че доставчикът на услуги предоставя лесен, пряк и постоянен достъп на получателите на услугата и на компетентните органи поне до информацията, посочена в същия член. В член 10 от Директивата за електронната търговия се определят допълнителни изисквания за предоставяне на информация относно процедурата за сключване на договора.

Що се отнася до Директивата за услугите, в член 22, параграфи 1—4 от нея се определят конкретни изисквания за информацията, която доставчиците трябва да предоставят на получателите на услуги, както и изискване за ясно, недвусмислено и своевременно съобщаване на тази информация. Освен това в член 22, параграф 5 се посочва, че той не възпрепятства „държавите членки да налагат допълнителни информационни изисквания, приложими към доставчиците, установени на тяхна територия“.

Налагането на допълнителни изисквания за предоставяне на информация съгласно член 6, параграф 8 от ДПП е една от възможностите за избор на нормативна уредба, за която държавите членки трябва да информират Комисията в съответствие с член 29. Комисията публикува тази информация онлайн ⁽⁶³⁾.

⁽⁵⁶⁾ Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 г. за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконовни и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудио-визуални медийни услуги (Директива за аудио-визуалните медийни услуги) (ОВ L 95, 15.4.2010 г., стр. 1).

⁽⁵⁷⁾ Директива 2009/72/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 13 юли 2009 г. относно общите правила за вътрешния пазар на електроенергия и за отмяна на Директива 2003/54/ЕО (ОВ L 211, 14.8.2009 г., стр. 55).

⁽⁵⁸⁾ Директива 2009/73/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 13 юли 2009 г. относно общите правила за вътрешния пазар на природен газ и за отмяна на Директива 2003/55/ЕО (ОВ L 211, 14.8.2009 г., стр. 94).

⁽⁵⁹⁾ За по-пълнен списък на специфичното за отделните сектори и продукти законодателство вж. раздел 1.2 от ръководството за ДНПП.

⁽⁶⁰⁾ Директива 2006/123/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 г. относно услугите на вътрешния пазар (ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 36).

⁽⁶¹⁾ Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 г. относно някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и по-специално на електронната търговия на вътрешния пазар (Директива за електронната търговия) (ОВ L 178, 17.7.2000 г., стр. 1).

⁽⁶²⁾ Вж. членове 5 и 10 от Директивата за електронната търговия. В предложението на Комисията за регламент относно законодателен акт за цифровите услуги (COM/2020/825 от 15 декември 2020 г.) се предвижда замяна на някои от разпоредбите на Директивата за електронната търговия (членове 12—15), без да се предлага изменение на нейния член 5 относно изискванията за информация.

⁽⁶³⁾ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_bg

3.1.6. Освобождаване от разпоредбата за „ежедневни“ сделки

Разпоредбата на член 5, параграф 3 позволява на държавите членки да не изпълняват изискванията относно преддоговорната информация съгласно член 5, параграф 1 за договори в търговския обект, **„които предполагат ежедневни сделки и се изпълняват непосредствено в момента на сключването“**.

По своето естество тези сделки е вероятно да бъдат за евтини стоки. Един очевиден пример е закупуването на хранителни продукти и напитки, предназначени за незабавна консумация — например закуски, храна за вкъщи и т.н.

Освен това член 5, параграф 3 може също да се прилага за някои услуги, а не само за стоки. В този контекст от особено значение е вторият критерий, посочен в член 5, параграф 3, т.е. изискването договърът да се изпълнява непосредствено в момента на сключването му.

— *Примери за подобни ежедневни услуги са: ваксаджийски услуги, предоставяни на улицата, и услуги, свързани с киното, когато билетът се закупува (т.е. когато договърът се сключва) непосредствено преди да се гледа филма.*

3.1.7. Обвързващ характер на преддоговорната информация

В член 6, параграф 5 се посочва следното по отношение на обвързващия характер на преддоговорната информация, която трябва да се предоставя съгласно член 6, параграф 1: „5. Информацията, посочена в параграф 1, представлява неразделна част от договора от разстояние или договора извън търговския обект и не може да бъде променяна, освен ако страните по договора изрично не се договорят за друго“.

Поради това информацията, предоставена на уебсайта на търговеца, следва да има обвързващ характер за страните и ако търговецът желае да внесе промени в някой от нейните елементи, той следва да получи изричното съгласие на потребителя:

— *Например страните могат изрично да се договорят, чрез обмен на електронни съобщения, за различно време на доставка на стоките от това, посочено на уебсайта на търговеца;*

— *Наличието на разпоредба в общите условия, в която се посочва, че търговецът може да дерогира от предоставената на уебсайта информация, обаче не би отговаряло на изискването за изрично съгласие на страните.*

Член 6, параграф 5 не се прилага за промени в условията на договора след неговото сключване. Когато тези промени се основават на условията на договора, ще бъде приложима Директивата за неравноправните клаузи в договорите ⁽⁶⁴⁾.

3.1.8. Допълнителни езикови изисквания

Съгласно член 6, параграф 7 държавите членки могат да налагат езикови изисквания във връзка с **договорната информация** в договорите извън търговския обект и договорите от разстояние ⁽⁶⁵⁾.

Ако тази възможност за избор на нормативна уредба е била упражнена, съответните изисквания, например за предоставяне на информация на официалния език на съответната държава членка, ще се прилагат към трансграничните търговци при спазване на разпоредбите на Регламент № 593/2008 на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁶⁶⁾ относно приложимото право към договорни задължения (Регламент „Рим I“). Съгласно член 6 от него, ако търговецът извършва своите дейности в държавата, в която е обичайното местопребиваване на потребителя, или ако **той насочва тези дейности** към тази държава или към няколко държави, включително и тази държава, правото, приложимо по отношение на договора, е правото на държавата, в която е обичайното местопребиваване на потребителя.

Ако страните са избрали различно право, този избор не може да лиши потребителя от защитата, осигурена от задължителните разпоредби на държавата му по пребиваване. Ето защо и в тази ситуация, ако търговецът насочва дейността си към потребители в държава членка, която е въвела езикови изисквания съгласно член 6, параграф 7 от ДПП, той трябва да предостави на потребителите договорна информация на езика, изискван от тази държава членка, ако това езиково задължение се счита за императивно „договорно задължение“ в съответствие с националното право.

⁽⁶⁴⁾ Директива 93/13/ЕИО на Съвета от 5 април 1993 г. относно неравноправните клаузи в потребителските договори (ОВ L 95, 21.4.1993 г., стр. 29).

⁽⁶⁵⁾ Уведомленията на държавите членки за избора на нормативна уредба в това отношение са достъпни на следния адрес: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_bg

⁽⁶⁶⁾ Регламент (ЕО) № 593/2008 на Европейския парламент и на Съвета от 17 юни 2008 г. относно приложимото право към договорни задължения (Рим I), ОВ L 177, 4.7.2008 г., стр. 6).

Понятието „насочване“ на търговските или професионалните дейности към държавата на потребителя е разгледано от Съда на ЕС по съединени дела C-585/08 и C-144/09 *Peter Pammer u Hotel Alpenhof GmbH*. В решението по тези дела се посочват редица критерии за определяне на това дали даден уебсайт е „насочен“ към определена държава членка, като например използването на различни езици или валути на уебсайта ⁽⁶⁷⁾.

Следва да се отбележи, че тази възможност за избор на нормативна уредба съгласно ДПП допълва секторното и продуктовото законодателство на Съюза, което дава възможност на държавите членки да определят езикови изисквания по отношение на предупрежденията или указанията, например за играчки ⁽⁶⁸⁾ или радиооборудване ⁽⁶⁹⁾. Освен това с Директива (ЕС) 2019/771 на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁷⁰⁾ се дава възможност за определяне на езикови изисквания по отношение на търговските гаранции за стоки.

3.1.9. Тежест на доказване

Тъй като непредоставянето от търговеца на определена информация, изисквана от директивата, води до различни санкции, предвидени в директивата (в допълнение към санкциите, които могат да се прилагат съгласно националните закони), член 6, параграф 9 съдържа много важна разпоредба за договорите от разстояние и договорите извън търговския обект, която гласи, че „[по] отношение на спазването на изискванията за предоставяне на информация, предвидени в настоящата глава, тежестта на доказване се носи от търговеца“.

Без да се изключва възможността за доказване на факти по друг начин, доказателствата на търговеца очевидно ще отслабнат, ако изискваната информация не присъства в потвърждението на договора на траен носител, което съгласно член 7, параграфи 1—2 или член 8, параграф 7 (разгледани в раздел 4.4) винаги трябва да включва информацията, предвидена в член 6, параграф 1, освен ако тя вече не е била предоставена преди това на траен носител.

3.2. Общи изисквания за договорите в търговския обект и договорите от разстояние или извън търговския обект

3.2.1. Основни характеристики

Член 5, параграф 1, буква а) и член 6, параграф 1, буква а)

„Основните характеристики на стоките или услугите съобразно използваното средство за комуникация и съобразно стоките или услугите“

Въпреки че това изискване за предоставяне на информация се отнася изрично за „стоките и услугите“, по силата на член 5, параграф 2 и член 6, параграф 2 то се прилага също и за комуналните услуги и цифровото съдържание онлайн.

Същото задължение се налага и от член 7, параграф 4 от Директивата относно нелоялни търговски практики, с който са определени изискванията за предоставяне на информация по отношение на „офертата за покупка“. Следователно при избора на основните характеристики, които да бъдат съобщени на потребителя, търговците следва да прилагат същия подход, както за целите на ДНТП, т.е. да информират за тези характеристики, от които потребителите се нуждаят, за да вземат информирано решение за покупка. Информацията за основните характеристики на стоките може да бъде налична на тяхната опаковка или етикет, с които потребителят може да се запознае. При по-сложните стоки може да се наложи съобщаването на допълнителна информация, за да се установят основните им характеристики.

⁽⁶⁷⁾ Вж. C-585/08 и C-144/09, *Peter Pammer u Hotel Alpenhof GmbH*, EU:C:2010:740, по-специално точки 92 и 93.

⁽⁶⁸⁾ В Директива 2009/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 18 юни 2009 г. относно безопасността на играчките (ОВ L 170, 30.6.2009 г., стр. 1) се изисква производителите и вносителите да гарантират, че **играчката е придружена от инструкции и информация за безопасност** на език или езици, лесно разбираеми за потребителите, определени от съответната държава членка.

⁽⁶⁹⁾ Директива 2014/53/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 април 2014 г. за хармонизирането на законодателствата на държавите членки във връзка с предоставянето на пазара на радиосъоръжения и за отмяна на Директива 1999/5/ЕО (ОВ L 153, 22.5.2014 г., стр. 62). С нея се изисква **радиосъоръженията да се придружават от указания и информация за безопасност на език, който е лесно разбираем за потребителите и другите крайни ползватели и е определен от съответната държава членка**. Освен това с нея се изисква декларацията за съответствие на ЕС или опростената декларация за съответствие на ЕС да придружава радиосъоръжението, като и двете декларации трябва да бъдат преведени на езика или езиците, изисквани от държавата членка, в която радиосъоръжението се пуска или предлага на пазара.

⁽⁷⁰⁾ Директива (ЕС) 2019/771 на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 2019 г. за някои аспекти на договорите за продажба на стоки, за изменение на Регламент (ЕС) 2017/2394 и на Директива 2009/22/ЕО и за отмяна на Директива 1999/44/ЕО (ОВ L 136, 22.5.2019 г., стр. 28). С нея се позволява на държавите членки да определят правила за езика или езиците, на които текстът на търговската гаранция трябва да бъде предоставен на потребителя.

По-специално, всички **характеристики на продукта и ограничителни условия, които средният потребител обикновено не очаква** от дадена категория или вид стока или услуга, трябва да бъдат съобщени на потребителите, тъй като е особено вероятно те да повлияят на техните решения за сключване на сделка ⁽⁷¹⁾.

За всички договори, при които потребителят предоставя лични данни, независимо дали става въпрос за плащане или не, **търговецът трябва да информира потребителя за целите на обработването** в момента на получаване на личните данни.

3.2.2. Самоличност на търговеца и координати за връзка с него

Член 5, параграф 1

б) *самоличност на търговеца, например неговото търговско наименование, географски адрес, на който е установен, и неговия телефонен номер;*

Член 6, параграф 1

б) *самоличността на търговеца, например неговото търговско наименование;*

в) *географски адрес, на който търговецът е установен, както и телефонния номер на търговеца и адреса на електронната му поща; в допълнение, когато търговецът предоставя други средства за онлайн комуникация, които гарантират, че потребителят може да съхранява всяка писмена кореспонденция с търговеца, включително датата и часа на тази кореспонденция, на траен носител, информацията съдържа и подробности за тези други средства; всички тези средства за комуникация, предоставени от търговеца, дават възможност на потребителя бързо да установи контакт с търговеца и да общува ефективно с него; когато е приложено, търговецът предоставя и географския адрес и самоличността на търговеца, от чието име действат.*

г) *в случай че не съпада с адреса съгласно буква в), географския адрес на мястото на стопанска дейност на търговеца (и когато е приложено — адреса на търговеца, от чието име той действат), на който потребителят може да изпрати евентуални жалби;*

3.2.2.1. Самоличност на търговеца

В допълнение към разпоредбите на ДПП, в член 7, параграф 4, буква б) от Директивата относно нелоялни търговски практики е посочено, че информацията за географския адрес и самоличността на търговеца се счита за съществена информация в случай на оферта за покупка. По отношение на **договорите в търговския обект** тази информация може да е ясна от контекста (вж. също раздел 3.1.3).

При договорите извън търговския обект/договорите от разстояние директивата изисква от **търговеца, който действа от името на друг търговец**, да посочи самоличността и географския адрес на този друг търговец. Също така онлайн местата за търговия, дори когато са само посредници и не „действат от името“ на друг търговец, трябва да предприемат мерки, за да гарантират, че **потребителят е надлежно информиран за самоличността на действителния търговец, предлагащ съответните стоки или услуги**, въз основа на информацията, предоставена от самия търговец. Всъщност, ако мястото за търговия не предостави информация за самоличността на действителния търговец и това създаде впечатлението, че мястото за търговия е действителният търговец, това може да доведе до отговорност на мястото за търговия за задълженията на търговеца.

В решението си по дело C-149/15 *Wathelet* ⁽⁷²⁾ Съдът на ЕС разглежда отговорността на офлайн посредник (автосервиз) за съответствието на стоките, продавани на потребителите, съгласно предишната Директива 1999/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно продажбата на стоки на потребителите ⁽⁷³⁾. Съдът на ЕС указва, че макар Директива 1999/44/ЕО да не разглежда въпроса за отговорността на посредниците пред потребителите, тя „сама по себе си не изключва възможността понятието „продавач“ по смисъла на член 1, параграф 2, буква в) от Директива 1999/44/ЕО да бъде тълкувано като обхващащо търговеца, който действа за сметка на физическо лице, когато от гледна точка на потребителя този търговец продава по договор потребителска стока като част от своята професионална или търговска дейност. Всъщност този търговец би могъл да обърка потребителя, като остави у него погрешно впечатление, че действа в качеството на продавач — собственик на стоката“ ⁽⁷⁴⁾.

⁽⁷¹⁾ Вж. също раздел 2.9.5 от ръководството за ДНТП относно „съществената информация“ в офертите за покупка — член 7, параграф 4.

⁽⁷²⁾ C-149/15, *Wathelet*, EU:C:2016:840.

⁽⁷³⁾ Директива 1999/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 25 май 1999 г. относно някои аспекти на продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции (ОВ L 171, 7.7.1999 г., стр. 12).

⁽⁷⁴⁾ Пак там, точки 33–34.

Съдът на ЕС указва също, че „[за] да се **прецени дали потребителят е могъл да разбере, че посредникът действа за сметка на физическо лице, релевантни могат да бъдат в частност степента на участието и усилията на посредника при продажбата, обстоятелствата, при които стоката е била представена на потребителя, както и поведението на последния**“⁽⁷⁵⁾.

Заклученията на Съда на ЕС относно отговорността на онлайн посредника за съответствието на стоките биха могли да бъдат от значение и за **други посредници и други задължения на търговците съгласно правото на Съюза**, включително в онлайн контекст. По-специално възможно е онлайн местата за търговия да бъдат признати за **отговорни за задълженията на търговеца** по отношение на предоговорната информация или изпълнението на договора съгласно ДПП, **когато от гледна точка на потребителя те се представят за търговци по (предложения) договор**.

В решението си по дело C-149/15 *Wathelet* Съдът на ЕС подчертава, че **за да може да се ползва от защитата, която му предоставя директивата, потребителят задължително трябва да знае кой е продавачът, и в частност дали той е физическо лице или търговец**.⁽⁷⁶⁾ Въпреки това, дори когато действителният доставчик също е търговец и потребителят не би бил лишен от правата си, възможно е потребителят да не сключи договора, ако самоличността на действителния търговец му е известна. По-специално потребителят може да има опасения например относно надеждността на този търговец и възможността за упражняване на потребителски права спрямо него.

Непредоставянето на информация за самоличността на търговеца или предоставянето на неверни данни би представлявало нарушение на ДПП. Това може да представлява и заблуждаваща практика съгласно Директивата относно нелоялни търговски практики, доколкото влияе върху решението на потребителя за сключване на сделка. В секторното законодателство на ЕС съществуват и по-строги изисквания в това отношение. Например в случай на онлайн продажба на лекарствени продукти⁽⁷⁷⁾ размиването на разликата между пазар и търговец на дребно е строго забранено. Място на търговия, което предлага лекарствени продукти на пазара на ЕС, следва да гарантира, че потребителите могат да проверят дали търговецът има съответните разрешения и дали работи в съответствие със закона⁽⁷⁸⁾.

Начинът на изпълнение на договора с участието на трето лице — търговец не засяга свързаните с договора права и задължения, произтичащи от ДПП. Например при бизнес модела „директна доставка“ (дропшипинг) търговецът не държи на склад определени стоки, които продава, а вместо това, когато потребителят ги поръча, ги купува от трета страна и организира доставянето им директно на клиента.

Ако обаче търговецът само обработва поръчката като посредник и след това я препраща на друг търговец за изпълнение от името на този втори търговец, тогава, както е посочено в решението по дело *Wathelet*, първият търговец може да бъде държан отговорен пред потребителя, когато от гледна точка на потребителя този търговец се представя за продавач на потребителски стоки по договора. За да избегне такава отговорност, търговецът трябва ясно да информира потребителя, че действа като посредник, и да предостави на видно място информация за самоличността на действителния продавач⁽⁷⁹⁾.

В това отношение следва да се отбележи, че член 6а, буква б), въведен с Директива (ЕС) 2019/2161, съдържа специално допълнително изискване към доставчиците на онлайн места за търговия да информират потребителите за **статута на третата страна**, която предлага стоките, услугите или цифровото съдържание, въз основа на информацията, предоставена от третата страна (вж. раздел 3.4.2).

3.2.2.2. Средства за комуникация

Що се отнася до договорите от разстояние и договорите извън търговския обект, с член 6, параграф 1, буква в), изменен с Директива (ЕС) 2019/2161, се изисква от търговеца да предостави на потребителя информация за следните средства за комуникация като част от предоговорната информация:

— географския адрес, телефонния номер и адреса на електронната поща на търговеца; както и

⁽⁷⁵⁾ Пак там, точка 44.

⁽⁷⁶⁾ Пак там, точка 37.

⁽⁷⁷⁾ Съгласно Директива 2001/83/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 ноември 2001 г. за утвърждаване на кодекс на Общността относно лекарствени продукти за хуманна употреба (ОВ L 311, 28.11.2001 г., стр. 67) лекарствени продукти онлайн може да продава само търговец на фармацевтични продукти на дребно, който е оторизиран (или оправомощен въз основа на националното законодателство). Търговецът на дребно трябва да постави на уебстраницата си логото на ЕС, което позволява да се провери дали субектът работи законно.

⁽⁷⁸⁾ Вж. член 85в от Директива 2001/83/ЕО.

⁽⁷⁹⁾ Този принцип е изрично формулиран и по отношение на онлайн посредниците в член 5, параграф 3 от предложението за законодателен акт за цифровите услуги. Допълнителни насоки относно понятието „търговец“ могат да се очакват по висящото дело C-536/20 *Tiketa*, в което се разглежда въпросът дали онлайн посредник (платформа за продажба на билети) може да бъде държан солидарно отговорен с търговеца, който действително предоставя услугата, особено ако посредникът не е предоставил ясна информация, че действа само като посредник.

— когато е възможно, други онлайн средства за писмена комуникация, които позволяват запазване на съдържанието, датата и часа на кореспонденцията на траен носител.

Съгласно определението в член 2, параграф 10 от ДПП „траен носител“ означава всеки инструмент, даващ възможност на потребителя или на търговеца да съхранява информация, изпратена лично до него, по начин, който позволява използването ѝ за период от време, съответстващ на целите, за които е предназначена информацията, и който позволява идентичното възпроизвеждане на съхранената информация (вж. също раздел 4.4).

Например някои приложения за съобщения позволяват на изпращача, например търговец в контекста на отношения между предприятията и потребителите, да изтрие, също и от устройството на получателя, по подразбиране или ръчно, съобщенията, които е изпратил в рамките на определен (кратък) период от време след доставката им. Следователно тези средства за комуникация не дават възможност на потребителя да съхрани полученото съобщение. Получателят може да е в състояние да запази или архивира съобщенията си, но това изисква допълнителни технически умения и познания, които не могат да се очакват от средния потребител. Ето защо ще бъде необходима индивидуална оценка за всяко приложение за съобщения, за да се установи дали то отговаря на определените критерии, като се вземе предвид и непрекъснатото развитие на тези приложения.

В решението си по дело C-649/17 *Amazon EU* Съдът на ЕС изрично отбелязва, че възможността потребителите да се свързват бързо с търговците и да осъществяват ефективна комуникация с тях е от основно значение за гарантирането и ефективното прилагане на правата на потребителите ⁽⁸⁰⁾. Следователно всяко средство за комуникация, използвано от търговеца, трябва да може да отговаря на критериите за пряка и ефективна комуникация.

В това решение Съдът потвърждава, че с член 6, параграф 1, буква в) **не се забранява на търговеца да използва други съобщителни средства, които осигуряват пряка и ефективна комуникация**, в допълнение към изброените в разпоредбата ⁽⁸¹⁾.

Това тълкуване остава приложимо и след измененията, въведени с Директива (ЕС) 2019/2161. Въпреки че търговецът трябва да информира потребителя преди сключването на договора за средствата за комуникация, които са изброени и отговарят на критериите, посочени в член 6, параграф 1, буква в), **той не е възпрепятстван да предостави и алтернативни средства за комуникация**. Това могат да бъдат например автоматични гласови асистенти или средства за писмена комуникация онлайн (чатботове), които не притежават характеристиките, посочени в член 6, параграф 1, буква в). Към тези допълнителни средства се прилагат общите правила на Директивата относно нелоялни търговски практики. По-специално, търговците следва ясно и своевременно да информират потребителите дали тези алтернативни средства им позволяват да проследяват писмената кореспонденция, включително датата и часа.

Търговецът трябва също така да гарантира, че всички средства за комуникация онлайн, за които потребителят е бил информиран преди сключването на договора (и в потвърждението на договора) в съответствие с член 6, параграф 1, буква в), са лесно достъпни в интерфейса на търговеца. Допълнителните средства за комуникация не трябва да бъдат представяни и рекламирани по начин, който затруднява достъпа на потребителите до средствата за комуникация, предоставени в съответствие с член 6, параграф 1, буква в) и използването на тези средства от потребителите.

Целта на предоставянето на средства за комуникация е да се даде възможност на потребителя бързо и ефективно да осъществи контакт с търговеца. Това предполага, че следва да се вземат мерки, за да се гарантира, например че на телефонните повиквания се отговаря в рамките на работното време, както и че се отговаря своевременно на съобщенията по електронната поща.

3.2.2.3. Място на установяване

Понятието „установяване“ в това изискване за предоставяне на информация е същото като използваното например в Директивата за услугите — Директива 2006/123/ЕО, където то е определено (в член 4) като „действително осъществяване на стопанска дейност, както е посочено в член 43 от Договора, от доставчика за неопределен период от време и чрез стабилна инфраструктура, от мястото, където действително се осъществява бизнеса по предоставяне на услуга“. В съображение 37 от посочената директива се обяснява, че „[...] когато даден доставчик е установен на няколко места, е важно да се определи мястото на установяване, откъдето действително се оказва съответната услуга [...]“.

Същият подход може да се използва, за да се определи мястото, чийто географски адрес следва да бъде предоставен съгласно настоящата директива. Тъй като се изисква информация относно „географския“ адрес, тя следва да се отнася до физическо място:

— *Например не е достатъчно като адрес на търговеца да се предостави само номерът на пощенска кутия.*

⁽⁸⁰⁾ C-649/17, *Amazon EU*, EU:C:2019:576, точка 41.

⁽⁸¹⁾ Пак там, точка 52.

3.2.2.4. Място на стопанска дейност

„Място на стопанска дейност“ означава мястото, където се вземат основните решения относно общото управление на търговеца и където се осъществяват функциите на централното му управление. Това заключение следва например от решението на Съда на ЕС по дело C-73/06 *Planzer*:

„При определянето на мястото на стопанска дейност на дадено дружество е необходимо да се вземат предвид множество фактори, сред които на първо място седалището съгласно устройствения акт, мястото на централното управление, мястото, където заседават ръководителите на дружеството, както и мястото, което обикновено съпада с предишното, където се определя общата бизнес стратегия на дружеството. Възможно е да се вземат предвид и други елементи, като например местоживеенето на основните ръководители и мястото, където се провеждат общите събрания, където се водят търговските и счетоводни книги и където се извършват основните финансови, и по-специално банкови сделки“. ⁽⁸²⁾

3.2.3. Цена

Член 5, параграф 1

в) крайната цена на стоките или услугите с включени всички данъци или, когато естеството на стоките или услугите е такова, че цената не може да бъде изчислена предварително в разумни граници, начина, по който цената трябва да се изчисли, както и, когато е приложено, всички допълнителни разходи за транспорт, доставка или пощенски такси или, когато тези разходи не могат да бъдат изчислени предварително в разумни граници, обстоятелството, че такива допълнителни разходи могат да бъдат дължими;

Член 6, параграф 1

д) крайната цена на стоките или услугите с включени всички данъци или, когато естеството на стоките или услугите е такова, че цената не може да бъде изчислена предварително в разумни граници, начина, по който трябва да се изчисли цената, и когато е приложено, всички допълнителни разходи за транспорт, доставка или пощенски такси и всички други разходи или, когато тези разходи не могат да бъдат изчислени предварително в разумни граници, обстоятелството, че такива допълнителни разходи могат да бъдат дължими. **В случай на безсрочен договор или на договор, предвиждащ абонамент, крайната цена включва общите разходи за периода на отчитане. Когато тези договори предвиждат плащане на фиксирана сума, крайната цена включва също общите месечни разходи. Когато общите разходи не могат да бъдат изчислени предварително в разумни граници, се предоставя информация за начина на изчисляване на цената;**

Подчертаните части на член 6, параграф 1, буква д), представляват допълнителните изисквания за предоставяне на информацията относно ценообразуването, приложими само за договорите от разстояние/договорите извън търговския обект, в сравнение с тези, посочени в член 5, параграф 1, буква в) за договорите в търговския обект. По-специално при договорите от разстояние/договорите извън търговския обект специфична информация се изисква за **абонаментите и договорите с неопределен срок**.

Ако продуктът (или един от продуктите), предоставен по силата на договор с неопределен срок или на абонамент, се таксува с фиксирана тарифа, следва да се предостави информацията относно общите разходи за периода на фактуриране и относно общите месечни разходи.

— Например абонаментите за интернет или за аудио-визуални медийни услуги обикновено се таксуват с фиксирана тарифа на месец/двумесечие/тримесечие независимо от честотата на използване. Следователно месечните разходи и разходите за периода на фактуриране, ако той е различен, ще трябва да бъдат предоставени на потребителя, който желае да сключи договор за абонамент онлайн или извън търговския обект.

Ако даден договор обхваща или включва продукт, за който общите разходи не могат да бъдат изчислени предварително, търговецът следва да информира потребителя за начина, по който тези променливи разходи се изчисляват:

— Например за гласови телефонни услуги, чиата цена зависи от действителното ползване, търговецът следва да насочи потребителя към подробен списък на цените за телефонни разговори ⁽⁸³⁾.

⁽⁸²⁾ C-73/06, *Planzer*, EU:C:2007:397, точка 61.

⁽⁸³⁾ За електронните съобщителни услуги вж. също член 102, параграф 1 и приложение VIII към Директива 2018/1972 (Европейски кодекс за електронните съобщения), както и образеца на резюме на договора и предвидените в него подробности относно цената за електронни съобщителни услуги, както е предвидено в Регламент за изпълнение (ЕС) 2019/2243.

Съгласно член 6, параграф 6 за договорите от разстояние и договорите извън търговския обект потребителите не са длъжни да заплащат никакви допълнителни такси или разходи, за които не са били уведомени от търговеца. Това отразява задължението на търговеца да информира потребителя за пълната цена, включително всички приложими данъци, мита и допълнителни такси, по-специално ДДС при внос, мита, митническо оформяне и т.н., приложими при покупки от търговци извън ЕС ⁽⁸⁴⁾.

Когато цифровото съдържание или услуга включва **незадължителни допълнителни и вградени покупки**, потребителят следва да бъде надлежно информиран преди придобиването на цифровия продукт, че може да бъдат предложени такива допълнителни опции за закупуване. Това изискване може да се прилага например по отношение на:

- приложения, които включват покупки през приложенията (покупки в приложение) като добавки или допълнителни нива във видеоигри;
- абонамент за услуги за аудио-визуално съдържание, които включват незадължително платено съдържание (pay-per-view) като филми, предлагани срещу допълнително заплащане.

3.2.4. Доставка по договора и изпълнение на договора

Член 5, параграф 1

г) когато е приложимо, условията на плащане, доставка, изпълнение, времето, в което търговецът се задължава да достави стоките или да извърши услугата, и предвидения от търговеца начин за разглеждане на жалби;

Член 6, параграф 1

г) условията на плащане, доставка, изпълнение, датата, на която търговецът се задължава да достави стоките или да извърши услугите, и когато е приложимо, предвидените от търговеца начини за разглеждане на жалби;

Това изискване за предоставяне на информация е сходно за договорите в търговския обект и договорите извън търговския обект/договорите от разстояние, с изключение на това, че за **договорите в търговския обект** цялата съответна информация следва да се предоставя само „когато е приложимо“, докато за договорите **извън търговския обект/договорите от разстояние** тя следва да се предоставя във всички случаи, с изключение на информацията относно политиката на търговеца за разглеждане на жалби, която се изисква само „когато е приложимо“.

Това изискване за предоставяне на информация е подобно на изискването в член 7, параграф 4, буква г) от Директивата относно неполярни търговски практики. Съгласно ДНТП обаче информацията за условията на плащане, доставка и изпълнение трябва да бъде предоставена в офертата за покупка само когато тя е неблагоприятна за потребителя в сравнение с добросъвестните пазарни практики.

Търговецът също трябва да изпълнява изискванията на член 5, параграф 1, буква г) или член 6, параграф 1, буква ж) относно срока на доставката или изпълнението, ако е указан **период (например „10 дни“ или „две седмици“)** от **сключването на договора** (изпращането на поръчката от потребителя). Не е необходимо търговецът непременно да указва конкретна календарна дата, тъй като това невинаги е практически възможно.

За **договори в търговския обект** задължението за предоставяне на информация за срока, в който търговецът се задължава да достави стоката или да извърши услугата, не се прилага, ако **доставката или изпълнението се извършва незабавно**.

За **договори за продажба в търговския обект** изискването за посочване на срок за доставка „когато е приложимо“ следва да се тълкува с оглед на член 18. А именно, търговецът не трябва да е задължен да информира за срока на доставка на стоките, ако възнамерява да ги достави в рамките на **30-дневния срок по подразбиране, посочен в член 18**. Разбира се, това не пречи на търговците да уговорят с потребителите различен срок за доставка или на търговеца и потребителя да се договорят за друга дата. Така договорената дата ще представлява „договореният“ срок на доставка, посочено в член 18 (вж. също раздел 6 относно доставката).

Съгласно член 7 от Регламент (ЕС) 2018/644 на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁸⁵⁾ относно **услугите за трансгранична доставка на колетни пратки** всички търговци, които сключват договори за продажба с потребители, включващи изпращането на трансгранични колетни пратки, когато е възможно и приложимо, предоставят на предоговорния етап информация относно възможностите за трансгранична доставка във връзка с конкретния договор за продажба и относно таксите, дължими от потребителите за трансгранична доставка на колетни пратки, както и, когато е приложимо, своята собствена политика относно разглеждането на жалби.

⁽⁸⁴⁾ За информация относно закупуването на стоки онлайн от държава извън Европейския съюз вж. https://ec.europa.eu/taxation_customs/buying-goods-online-coming-non-european-union-country_en.

⁽⁸⁵⁾ Регламент (ЕС) 2018/644 на Европейския парламент и на Съвета от 18 април 2018 г. относно услугите за трансгранична доставка на колетни пратки (ОВ L 112, 2.5.2018 г., стр. 19).

По отношение на **цифровото съдържание и услугите онлайн** следва да се отбележи, че съгласно член 5, параграф 1 от Директивата за цифровото съдържание търговецът трябва да ги предостави на потребителя **без неоснователно забавяне** след сключването на договора, освен ако не е договорено друго. В съответствие обаче с член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8 от ДПП относно договорите за (цифрови) услуги (вж. раздел 5.6) и член 16, първа алинея, буква м) от ДПП относно договорите за цифрово съдържание онлайн (вж. раздел 5.7) доставчикът следва да получи **предварителното изрично искане/съгласие на потребителя** за предоставянето на цифрова услуга или цифрово съдържание онлайн преди погасяването на правото на отказ. В противен случай съгласно член 14, параграф 4 от ДПП потребителят все още може да се откаже от съответните договори и ще има право да не извърши плащане (или да иска възстановяване на разходите) за получената цифрова услуга или цифрово съдържание онлайн (вж. раздел 5.8).

Освен това в член 5, параграф 2 от Директивата за цифровото съдържание се пояснява, че търговецът е изпълнил задължението за доставка, когато:

- а) цифровото съдържание или всяко средство, подходящо за достъп до цифровото съдържание или неговото изтегляне, е предоставено на разположение или е достъпно за потребителя или за материален или виртуален инструмент, избран от потребителя за тази цел;
- б) цифровата услуга е станала достъпна за потребителя или за материален или виртуален инструмент, избран от потребителя за тази цел.

3.2.5. Условия на плащане

Примери за **условия на плащане**, които следва да бъдат особено добре обяснени на потребителите, са:

- плащане посредством сметката за телефон на потребителя;
- в договорите за абонамент, като например за онлайн видеоигри, разпоредбата, според която търговецът използва информацията относно платежното средство (като например данните за кредитна карта), предоставена от потребителя в момента на първоначалния абонамент и за фактуриране на последващи покупки, без да се иска от потребителя повторно въвеждане на тази информация.

За плащанията се прилага Директива (ЕС) 2015/2366 на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁸⁶⁾ относно платежните услуги (вж. също раздел 8 относно член 19, отнасящ се до таксите за използването на платежни средства). С член 64, параграф 1 от посочената директива се изисква „[д]ържавите членки гарантират, че платежната операция се счита за разрешена само ако платецът е дал съгласие за нейното изпълнение. Платежната операция може да бъде разрешена от платеца преди или ако е уговорено между платеца и доставчика на платежни услуги, след изпълнението на платежната операция“.

Освен това потребителите следва да бъдат ясно информирани предварително и по разбираем начин относно **начините за плащане** за тези допълнителни покупки преди подписването на договор за основния цифров продукт, който им се предлага.

Настройката за плащания по подразбиране следва да не позволява извършването на допълнителни покупки без изричното съгласие на потребителя (например чрез парола или други подходящи средства). По отношение на покупките в приложение, когато системата предвижда времеви интервали за валидността на идентификацията (например интервал от 15 минути), търговците не следва автоматично да прилагат настройки по подразбиране, а по-скоро да поискат изричното съгласие на потребителя и във връзка с приложимия срок на валидност ⁽⁸⁷⁾.

3.2.6. Гаранции и следпродажбени услуги

Член 5, параграф 1

- д) в допълнение към напълняне за наличието на законова гаранция за съответствие на стоките, цифровото съдържание и цифровите услуги, наличието на извънгаранционно обслужване и на търговски гаранции, когато е приложимо, както и условията по тях;

Член 6, параграф 1

- л) напълняне за наличието на правна гаранция за съответствие на стоките, цифровото съдържание и цифровите услуги;
- м) когато е приложимо, наличието и условията за съдействие на потребителите след продажбата, за извънгаранционно обслужване и за търговски гаранции;

⁽⁸⁶⁾ Директива (ЕС) 2015/2366 на Европейския парламент и на Съвета от 25 ноември 2015 година за платежните услуги във вътрешния пазар, за изменение на директиви 2002/65/ЕО, 2009/110/ЕО и 2013/36/ЕС и Регламент (ЕС) № 1093/2010 и за отмяна на Директива 2007/64/ЕО (ОВ L 337, 23.12.2015 г., стр. 35)

⁽⁸⁷⁾ Вж. IP/14/187 от 27.2.2014 г. и общата позиция на националните правоприлагащи органи по въпросите на потребителите относно защитата на потребителите във връзка с „покупките в приложение“ за онлайн игри: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/IP_14_187 и https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/common-position_of_national_authorities_within_cpc_2013_en_0.pdf.

Въпреки че са представени малко по-различно, договорите в търговския обект и договорите извън търговския обект/договорите от разстояние подлежат на практически еднакви изисквания относно информацията за **правните гаранции и евентуалните следпродажбени услуги**.

Материалноправните норми относно **правната гаранция** са установени в член 10 от Директивата за продажбите на стоки (ДПС) и член 11 от Директивата за цифровото съдържание (ДЦС). С посочените правила се уреждат:

- в случай на **стоки**, отговорността на продавача е за несъответствие (дефект), което е съществувало към момента на доставката и е станало очевидно в рамките на две години от доставката (или по-дълъг период на отговорност, приложим съгласно съответното национално законодателство);
- в случай на **цифрово съдържание или цифрова услуга**, отговорността на доставчика за несъответствие, което е съществувало към момента на доставката и е станало очевидно в рамките на две години от доставката (или по-дълъг период на отговорност, приложим съгласно съответното национално право), когато те са доставени с еднократен акт на доставка, или в рамките на договорния период на доставка в случай на цифрово съдържание или цифрова услуга, които се доставят непрекъснато.

В член 6, параграф 1, буква л) от ДПП се използва терминът „напомняне за наличието“, поради което не е необходимо да се предоставя подробна информация за правната гаранция. За да спази изискванията за предоставяне на информация, търговецът трябва поне да информира потребителите, че съществува правна гаранция и да посочи нейния срок.

Правилата в обхвата на Директивата за продажбите на стоки и на Директивата за цифровото съдържание по принцип са изцяло хармонизирани. Само в някои аспекти държавите членки могат да осигурят по-висока степен на защита на потребителите, по-специално по-дълги срокове на отговорност ⁽⁸⁸⁾.

Търговците, по-специално трансграничните онлайн търговци, могат да насочват предложенията си към пазарите на няколко държави членки, без да адаптират информацията за всеки целеви пазар. Ето защо, за да обхванат потенциалните разлики в националните правни изисквания, тези търговци следва да отчитат и възможните по-строги правила, които могат да съществуват в различните държави членки, към които насочват своите предложения. По-конкретно, те следва да вземат предвид факта, че **минималната продължителност на правната гаранция е две години и че националното законодателство на държавата по пребиваване на потребителя може да предвижда по-големи права на потребителите**.

Освен напомнянето за правната гаранция, търговецът, който доставя стоките или услугите, трябва да предостави информация и за **всички ползи след продажбата**, които се предоставят доброволно от доставчика на стоките или услугите или от други заинтересовани търговци, като например производителя на стоките.

Информацията за наличието и условията на **съдействието, предоставяно на клиентите след продажбата, следпродажбените услуги и/или търговските гаранции** трябва да се предоставя само ако такива допълнителни ползи действително се предлагат.

Търговската гаранция е дефинирана общо в член 2, параграф 14 от директивата като ангажимент за възстановяване на заплатената цена или за замаяние, поправка или сервизно обслужване за стоките, ако те не отговарят на спецификациите или на други изисквания. Няма определения за другите видове ползи. На практика един и същ вид полза може да се предлага на пазара под различни наименования от различни търговци.

Съгласно Директивата за продажбите на стоки търговската гаранция, която може да бъде предоставена от продавача или от друга страна, например от производителя, е правно обвързваща за издателя на гаранцията. Независимо от това, правата на потребителите по търговската гаранция се определят с договор и поради това се различават при различните търговци или дори при различни стоки, предлагани от един и същ търговец ⁽⁸⁹⁾. Когато в съответствие с член 17 от Директивата за продажбите на стоки производителят издава **„търговска гаранция за трайност“** за определен период от време, потребителят има право на ремонт и замяна, както е предвидено в същата директива.

В информацията относно тези ползи след продажбата следва по-специално да се разяснява къде ще бъдат извършени услугите и кой поема разходите за транспорт (ако е приложимо). Неправилната или подвеждаща информация за ползите след продажбата може да представлява заблуждаваща практика по смисъла на Директивата относно нелоялни търговски практики. ДНТП забранява „представяне на правата, произтичащи за потребителите от закона, като отличителна черта на предложението на търговеца“ (вж. член 6, параграф 1, буква ж) и точка 10 от приложение I) ⁽⁹⁰⁾.

⁽⁸⁸⁾ Вж. например член 11, параграф 2, втора алинея от Директивата за продажбите на стоки.

⁽⁸⁹⁾ Съгласно член 17, параграф 1 от Директивата за продажбите на стоки всяка търговска гаранция обвързва гаранта съгласно условията, посочени в заявлението за предоставяне на търговска гаранция и свързаните с него рекламни съобщения, налични преди или по време на сключване на договора.

⁽⁹⁰⁾ Степента, в която търговецът трябва да информира потребителя за търговската гаранция, предоставена от трета страна (производител), е предмет на висящо дело C-179/21, *Victorinox*.

3.2.7. Срок и прекратяване на договора

Член 5, параграф 1, буква е) и член 6, параграф 1, буква о)

срока на договора, когато това е приложено, или, ако договорът е безсрочен или автоматично се удължава, условията за неговото прекратяване;

Член 6, параграф 1

п) когато е приложено, минималния срок, за който потребителят има задължения по договора;

Информацията относно условията за прекратяване на безсрочен договор или договор, който автоматично се удължава (изисквана както за договорите в търговския обект, така и за договорите извън търговския обект/договорите от разстояние) следва да включва по-специално информацията относно:

- приложимите такси;
- процедурите за прекратяване, по-специално периода на предизвестие и начинът, по който следва да се уведоми за прекратяването (например електронна поща или пощенски адрес).

За **договорите от разстояние и договорите извън търговския обект** в член 6, параграф 1, буква п) също така се изисква предоставянето на информацията относно минималния срок на задължението на потребителя, т.е. минималния срок, за който потребителят трябва да заплати въз основа на предложените от търговеца условия:

- Например 24-месечен договор за мобилна телефония може да включва минимален срок от 6 месеца, за който трябва да се плати в случай на предсрочно прекратяване ⁽⁹¹⁾.

Всеки такъв минимален срок, през който прекратяването на договора не е разрешено, следва също да се третира **като едно от основните условия за прекратяване на безсрочен договор** или договор, който автоматично се удължава, по смисъла на член 5, параграф 1, буква е). Следователно информацията относно минималния срок следва да се предоставя и за безсрочни договори и автоматично удължавани договори, които са сключени в търговския обект и са предмет на член 5, параграф 1, буква е).

В директивата са определени само изискванията за предоставяне на информацията относно прекратяването и удължаването на договорите. Оценката за справедливост на съответните договорни клаузи е предмет на Директива 93/13/ЕИО относно неравноправните клаузи в потребителските договори ⁽⁹²⁾. Специфични правила за срока, удължаването и прекратяването на договорите могат да бъдат определени в съответното секторно законодателство на ЕС ⁽⁹³⁾.

3.2.8. Функционалност, съвместимост и оперативна съвместимост

Съгласно измененията, въведени с Директива (ЕС) 2019/2161, търговците, предлагачи стоки с цифрови елементи („интелигентни“ устройства), цифрово съдържание и цифрови услуги, трябва да информират потребителя и за тяхната **функционалност, съвместимост и оперативна съвместимост**. Съответните изисквания са установени по еднакъв начин в член 6, параграф 1, букви р) и т) за договорите извън търговския обект и от разстояние и в член 5, параграф 1, букви ж) и з) за договорите в търговския обект.

Член 5, параграф 1, буква ж) и член 6, параграф 1, буква р)

когато е приложено, функционалността, включително приложимите мерки за техническа защита, на стоките с цифрови елементи, на цифровото съдържание и на цифровите услуги;

Член 5, параграф 1, буква з) и член 6, параграф 1, буква т)

когато е приложено, всяка съответна съвместимост и оперативна съвместимост на стоките с цифрови елементи, цифровото съдържание и цифровите услуги, които са известни на търговеца или за които може разумно да се очаква, че са му известни;

Понятията „функционалност“, „съвместимост“ и „оперативна съвместимост“ са определени в член 2 от Директивата за цифровото съдържание (ДЦС).

⁽⁹¹⁾ Вж. член 105, параграф 1 и член 107 от ЕКЕС.

⁽⁹²⁾ Вж. също Известие на Комисията — Насоки за тълкуването и прилагането на Директива 93/13/ЕИО на Съвета относно неравноправните клаузи в потребителските договори (ОВ С 323, 27.9.2019 г., стр. 4).

⁽⁹³⁾ Например в членове 105 и 107 от Директива (ЕС) 2018/1972 (Европейски кодекс за електронни съобщения) по отношение на електронните съобщителни услуги.

„Стоки с цифрови елементи“ (т.е. „интелигентни“ устройства) са подкатегория в осъвремененото определение за „стоки“ в Директивата за продажбите на стоки (ДПС), което се прилага и в контекста на Директивата за правата на потребителите. В съображение 14 от ДПС се обяснява, че „стоките с цифрови елементи“ включват или са взаимосвързани с цифрово съдържание или цифрова услуга по такъв начин, че липсата на това цифрово съдържание или цифрова услуга би попречила на стоките да изпълняват функциите си. Цифрово съдържание, което е включено в стока или е взаимосвързано с нея, може да бъдат всички данни, които се изготвят и предоставят в цифрова форма, например операционни системи, приложения и всеки друг вид софтуер. Цифровото съдържание може да бъде предварително инсталирано в момента на сключването на договора за продажба или, когато това се предвижда в договора, може да бъде инсталирано впоследствие. Цифровите услуги, които са взаимосвързани със стока, могат да включват услуги, даващи възможност за създаване, обработване или съхранение на данни в цифрова форма или достъп до тях, например „софтуер като услуга“, предлаган като част от компютърни услуги в облак, непрекъснато предоставяне на данни за трафика в навигационните системи или непрекъснато предоставяне на индивидуално пригодени тренировъчни планове за интелигентните часовници.

Търговецът следва да прецени необходимостта от предоставяне на информация за функциите на стоките с цифрови елементи, цифровото съдържание или цифровата услуга в зависимост от техните конкретни характеристики. Следващият примерен и неизчерпателен списък на елементите, обхващащ също така **аспектите на функционалността, съвместимостта и оперативната съвместимост**, може да се използва като контролен списък, когато се решава каква информация трябва да се предостави за конкретна стока с цифрови елементи, цифрово съдържание или цифрова услуга (вж. също раздел 3.2.1 относно информацията за основните характеристики):

- 1) Езикът или езиците на интерфейса на стоките с цифрови елементи, цифрово съдържание или услуга, както и на всички инструкции за работа с тях, ако тези инструкции са различен език или езици.
- 2) Начинът на предоставяне на цифровото съдържание или услуга, например стрийминг, онлайн, еднократно изтегляне на данни, достъп до изтегляне за определено време.
- 3) За видео или аудио файлове: продължителността на възпроизвеждане на съдържанието.
- 4) За файлове за изтегляне: вида и размера на файла.
- 5) Дали съществува задължение за търговеца или трето лице да поддържа или осъвременява стоките с цифрови елементи, цифровото съдържание или услугата.
- 6) Условиата, които не са пряко свързани с оперативната съвместимост, като например:
 - а) проследяване и/или персонализация;
 - б) необходимост от интернет връзка и техническите изисквания към нея (като минимални скорости на изтегляне и качване);
 - в) необходимост други потребители да имат инсталиран конкретен софтуер (например софтуер за комуникация).
- 7) Ограничения на използването, като например:
 - а) ограничения на броя пъти или продължителността от време, през което може да се гледа, чете или използва цифрово съдържание или услуга;
 - б) ограничения за повторното използване за цели като създаването на лични копия;
 - в) ограничения, основани на местоположението на устройството на потребителя;
 - г) всички функционалности, които са обвързани с условие за допълнителни покупки, като платено съдържание, членство в клуб или допълнителен хардуер или софтуер.
- 8) Устройства, с които може да се използва цифровото съдържание или услуга, и, когато е приложимо, необходимата операционна система и допълнителен софтуер, включително номер на версията, и необходимият хардуер, като например процесор с определена скорост и графична карта с определени характеристики.
- 9) Всякакви специфики, свързани с функционалността „интернет на нещата“ на стоките с цифрови елементи.

3.3. Допълнителни изисквания за договорите от разстояние и договорите извън търговския обект

3.3.1. Индивидуализирана цена

Член 6, параграф 1

да) когато е приложимо — че цената е била индивидуализирана въз основа на автоматизирано вземане на решения;

Това изискване за предоставяне на информация, въведено с Директива (ЕС) 2019/2161, се прилага за договори от разстояние и договори извън търговския обект. На практика то ще се отнася само за договори, сключени онлайн, които позволяват използването на техники за автоматизирано вземане на решения и профилиране на поведението на потребителите с цел индивидуализиране на цената за конкретни потребители или конкретни категории потребители.

Когато такива техники се използват за индивидуализиране на цената, потребителите следва да бъдат ясно и отчетливо информирани, за да могат да вземат предвид потенциалните рискове при вземането на решение за покупка.

Както е пояснено в съображение 45 от Директива (ЕС) 2019/2161, „това изискване за предоставяне на информация не следва да се прилага за техники като „динамично“ ценообразуване или образуване на цената „в реално време“, които са свързани с промяна на цената по изключително гъвкав и бърз начин в отговор на търсенето на пазара, когато тези техники не включват индивидуализиране въз основа на автоматизирано вземане на решения.“

Динамичното ценообразуване се отнася до промени в цените, дължащи се на променливи, които не са свързани с клиента, като например часа, наличното предлагане и цените на конкурентите. Когато се използват техники за динамично ценообразуване без индивидуализиране на цените, различните потребители или групи потребители трябва да виждат една и съща цена, ако пазаруват един и същ продукт по едно и също време, независимо от техния профил и индивидуални характеристики.

Разликите в цените, дължащи се на разлики в данъците или приложимите такси (например разлики в ставките на ДДС в различните държави членки), също не представляват индивидуализирано ценообразуване. По същия начин намаленията на цените, които се прилагат по принцип и не са насочени към конкретно лице или група, избрани чрез автоматизирано профилиране, също не попадат в категорията на индивидуализираните цени.

Индивидуализираното ценообразуване е свързано с персонализиране. Търговците събират данни за отделни потребители, като използват техники за автоматизирано вземане на решения, за да профилират поведението на потребителите. Данните за историята на търсене или компютърното устройство са някои от елементите, които могат да се използват за определянето на профила на потребителя.

Например като форма на динамично ценообразуване даден онлайн търговец може да увеличи цената, когато забележи повишен трафик на уебсайта. Възможно е обаче в алгоритъма да се използва и показателят „брой шраквания“ на потребителя върху определена уебстраница, за да се профилира поведението му и да се индивидуализира цената за него.

Изискването в ДПП се ограничава до предоставянето на информация за факта на индивидуализиране. Това е допълнително изискване за предоставяне на информация, което следва да бъде спазено в момента на предлагане на индивидуализирана цена. То „не засяга Регламент (ЕС) 2016/679, в който се предвижда, наред с другото, правото на физическите лица да не бъдат обект на автоматизирано вземане на индивидуални решения, включително профилиране“ (съображение 45 от Директива (ЕС) 2019/2161). Индивидуализираното ценообразуване може да попада в обхвата на специалните правила по отношение на автоматизираното вземане на решения, предвидени в член 22 от ОРЗД⁽⁹⁴⁾. Други изисквания по ОРЗД, които са от значение в този контекст, включват изискването за правно основание съгласно член 6, както и задълженията за предоставяне на информация съгласно членове 12—14.

Предоставянето в политиката на търговеца за неприкосновеност на личния живот на информация за автоматизираното вземане на решения няма да е достатъчно за спазване на изискванията за предоставяне на преддоговорна информация относно индивидуализирането на цените съгласно ДПП. Информацията за индивидуализирането на цените следва да се предоставя преди всяка сделка, а не просто като част от общата информация относно обработката на лични данни от търговеца.

3.3.2. Разходи, свързани с използването на средства за комуникация от разстояние

Член 6, параграф 1

е) разходите за използване на техническото средство за комуникация от разстояние за сключването на договора, когато тези разходи са изчислени на база, различна от основната тарифа;

⁽⁹⁴⁾ За допълнителни насоки вж. Работна група по член 29 за защита на данните — Насоки относно автоматизираното вземане на индивидуални решения и профилирането за целите на Регламент (ЕС) 2016/679.

Това изискване за предоставяне на информация по-специално ще се прилага в случаите, при които търговец рекламира номер за услуги, предоставяни по специална тарифа (УПСТ), на който потребителят трябва да се обади, за да сключи договора за предлаганите стоки или услуги.

3.3.3. Депозити и финансови гаранции

Член 6, параграф 1

р) когато е приложимо, наличието на депозити или други финансови гаранции, които се заплащат или дават от потребителя по искане на търговеца, и условията по тях;

Депозитите и финансовите гаранции са типични при договорите за наем, които включват предоставянето на ценен предмет на разположение на потребителя, като например наемането на автомобил. Както е обяснено в съображение 33: „Търговецът следва да бъде задължен да информира предварително потребителя за всяка разпоредба на договора, която води до плащане на депозит на търговеца от страна на потребителя, включително и разпоредба, предвиждаща блокирането на определена сума по кредитна или дебитна карта на потребителя“.

— Например в информацията за условията на гаранцията следва по-специално да се разяснява дали въпросната сума ще бъде блокирана или дебитирана от сметката на потребителя, както и кога и при какви условия тя ще бъде деблокирана или възстановена на потребителя.

3.3.4. Извънсъдебни механизми за защита

Член 6, параграф 1

у) когато е приложимо, възможността за достъп до извънсъдебен механизъм за подаване на жалби и разрешаване на спорове, който прилага търговецът, и начините за достъп до него.

Горепосоченото изискване за предоставяне на информация се отнася за всеки извънсъдебен механизъм за подаване на жалби и обезщетение, на който е подчинен търговецът, включително механизмите, които попадат в обхвата на Директива 2013/11/ЕС на Европейския парламент и на Съвета⁽⁹⁵⁾ относно алтернативното решаване на потребителски спорове (Директивата за АРС за потребители).

Директивата за АРС за потребители гарантира достъпа на местните лица в ЕС до механизми за извънсъдебно решаване на спорове, за да разрешат споровете си с търговци, установени в ЕС. В нея са предвидени специфични изисквания за качеството на структурите и процедурите за алтернативно решаване на спорове. За „структури за АРС“ съгласно Директивата за АРС за потребители се признават само тези органи за алтернативно решаване на спорове, които са оценени от държавите членки въз основа на тези изисквания и са съобщени на Комисията.

Директивата за АРС за потребители се прилага за вътрешни и трансгранични спорове относно договорни задължения, произтичащи от договори за продажба или договори за услуги, независимо от това какъв продукт или услуга е закупил потребителят (изключени са само спорове, свързани със здравеопазването и висшето образование⁽⁹⁶⁾), дали продуктът или услугата са закупени онлайн или офлайн и дали търговецът е установен в държавата членка на потребителя или в друга държава членка.

Следователно, когато извънсъдебният механизъм, за който търговецът информира потребителя съгласно член 6, параграф 1, буква у) от ДПП, е „структура за АРС“ съгласно определението в член 4, параграф 1, буква з) от Директивата за АРС за потребители, търговецът трябва да спазва и изискванията, определени в член 13 от посочената директива. С него се изисква търговците да информират за това от кои структури за АРС са обхванати, когато тези търговци се ангажират или са задължени да използват способности за алтернативно решаване на спорове за разрешаване на спорове с потребители. Тази информация трябва да включва адреса на интернет страниците на съответните структури за АРС. Съгласно член 13, параграф 2 от Директивата за АРС за потребители информацията се предоставя по ясен, разбираем и леснодостъпен начин на страницата в интернет на търговеца, когато има такъв сайт, и ако е приложимо — в общите условия към договора между търговеца и потребителя за продажба или за предоставяне на услуги.

⁽⁹⁵⁾ Директива 2013/11/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 21 май 2013 г. за алтернативно решаване на потребителски спорове и за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 и Директива 2009/22/ЕО (Директива за АРС за потребители) (ОВ L 165, 18.6.2013 г., стр. 63).

⁽⁹⁶⁾ Вж. член 2, параграф 2 от Директивата за АРС за потребителите за изключенията от нейния обхват на приложение.

В това отношение Съдът на ЕС обяснява, че съгласно член 13, параграф 2 от Директивата за АРС за потребители и член 6, параграф 1, буква у) от ДПП не е достатъчно потребителят да получи информацията за алтернативното решаване на спорове само в момента на сключване на договора с търговеца, независимо дали в общите условия на договора или в отделен документ от тези общи условия. Вместо това потребителят трябва да получи тази информация своевременно преди сключването на договора, а не само на етапа на сключването му ⁽⁹⁷⁾.

Освен това в член 14, параграф 1 от Регламент (ЕС) № 524/2013 на Европейския парламент и на Съвета ⁽⁹⁸⁾ относно онлайн решаване на потребителски спорове (Регламент за ОРС за потребители) се изисква търговците, установени в рамките на Съюза, които сключват договори за онлайн продажби или услуги, и онлайн местата за търговия, установени в рамките на Съюза, да поставят в страниците си в интернет електронна връзка към платформата за ОРС ⁽⁹⁹⁾.

3.4. Допълнителни изисквания по отношение на онлайн места за търговия

С Директива (ЕС) 2019/2161 се изменят ДПП и ДНТП, като се въвеждат задължения за предоставяне на информация за „онлайн места за търговия“. Онлайн местата за търговия са определени в член 2, параграф 17 от ДПП ⁽¹⁰⁰⁾.

Член 2

(17) „онлайн място за търговия“ означава услуга, която чрез използване на софтуер, включително уебсайт, част от уебсайт или приложение, управляван от търговеца или от негово име, позволява на потребителите да сключват договори от разстояние с други търговци или потребители;

С Директива (ЕС) 2019/2161 към ДПП е добавен нов член 6а „Допълнителни специфични изисквания за предоставяне на информация за договори, сключени в онлайн места за търговия“.

Член 6а започва с обща разпоредба, в която се посочват изискванията относно достъпността на информацията, която трябва да бъде предоставена от онлайн мястото за търговия — тези формални изисквания съответстват на съществуващите изисквания в член 6, параграф 1 и член 8, параграф 1 за всички договори от разстояние:

Член 6а

1. Преди потребителят да се обвърже с договор от разстояние или съответно предложение от онлайн място за търговия, доставчикът на онлайн мястото за търговия, без да се засяга Директива 2005/29/ЕО, трябва да предостави на потребителя следната допълнителна информация ясно и разбираемо и по начин, съобразен със средствата за комуникация от разстояние:

Конкретните задължения за предоставяне на информация са посочени в член 6а, параграф 1. В буква а) се изисква прозрачност на параметрите на класирането, а задълженията в букви б), в) и г) изискват информация за статута на другата договаряща страна, приложимостта на правата на потребителите и кой носи отговорност за изпълнението на договора.

3.4.1. Критерии за класиране

Член 6а, параграф 1

а) обща информация, налична в специален раздел на онлайн интерфейса, до която има пряк и лесен достъп от страницата, на която са представени офертите, относно основните параметри, определящи класирането, съгласно определението в член 2, параграф 1, буква л) от Директива 2005/29/ЕО, на офертите, представени на потребителя в резултат на заявката за търсене, и относителната важност на тези параметри в сравнение с други параметри;

⁽⁹⁷⁾ C-380/19, *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände*, EU:C:2020:498, точки 34–35.

⁽⁹⁸⁾ Регламент (ЕС) № 524/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 21 май 2013 г. относно онлайн решаване на потребителски спорове и за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 и Директива 2009/22/ЕО (Регламент за ОРС за потребители) (ОВ L 165, 18.6.2013, стр. 1).

⁽⁹⁹⁾ <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.home2.show>

⁽¹⁰⁰⁾ В предложението на Комисията за регламент на Европейския парламент и на Съвета относно конкурентни и справедливи пазари в цифровия сектор, COM(2020) 842 final от 15 декември 2020 г., 2020/0374(COD), (Законодателен акт за цифровите пазари) се предвиждат допълнителни задължения за някои места за търговия, които се управляват от т.нар. пазачи на информационния вход.

С Директива (ЕС) 2019/2161 подобно задължение за предоставяне на информация е добавено и в ДНТП като нов параграф 4а в член 7 относно заблуждаващите бездействия. Освен това в „черния списък“ от приложение I към ДНТП е добавена нова точка 11а, с която се забранява неоповестената реклама и платеното популяризиране в резултатите от търсенето.

Задължението, предвидено в ДПП, се прилага за онлайн места за търговия, които позволяват пряко сключване на потребителски договори с трети страни (както договори между предприятие и потребител, така и договори между потребители). То обаче не се прилага за инструментите за сравняване на цени и търсачките, когато те не функционират като онлайн места за търговия — тези посредници подлежат само на изискванията на ДНТП.

Класирането е определено в член 2, буква м) от ДНТП като „*относителната приоритетна позиция на представените продукти, организирани или съобщени от търговеца, независимо от използваните технологични средства за това представяне, организирани или съобщаване*“. Същото определение се прилага и в контекста на ДПП.

В съображение 19 от Директива (ЕС) 2019/2161 това понятие е обяснено още по-подробно като „...*включително в резултат от използването на алгоритмична последователност, механизъм за класиране или механизъм за оценка, визуално осветяване или други средства за подчертаване, или комбинация от тях*“.

Задължението за информиране за параметрите на класирането възниква, когато след заявка за търсене от потребител мястото за търговия предоставя резултати от търсенето, отнасящи се до продукти, предлагани от различни търговци или потребители, които са поместени на мястото на търговия. За разлика от това **то не се прилага за организацията по подразбиране на онлайн интерфейса, който се показва на потребителя и който не е резултат от конкретна заявка за търсене в този онлайн интерфейс.**

Що се отнася до съдържанието на информацията, мястото за търговия трябва да предоставя „обща“ информация за основните параметри, определящи класирането на продуктите, и за „относителната значимост“ на тези параметри в сравнение с други параметри.

Съгласно съображение 22 от Директива (ЕС) 2019/2161 „*[п]араметри, определящи класирането, означава всички общи критерии, процеси и конкретни сигнали, включени в алгоритмите или другите механизми за промяна или поставяне на по-задно място в класирането.*“

Информацията за класирането не засяга разпоредбите на Директива (ЕС) 2016/943 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁰¹⁾ относно търговските тайни. Както е обяснено в задължението за прозрачност на паралелното класиране за всички онлайн платформи и онлайн търсачки, установено в член 5 от Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁰²⁾ (Регламента за справедливост и прозрачност), това означава, че съобразяването с търговските интереси на съответните доставчици никога не трябва да води до отказ за оповестяване на основните параметри, определящи класирането. В същото време нито с Директива (ЕС) 2016/943, нито с Регламента за справедливост и прозрачност се изисква оповестяване на подробното функциониране на механизмите за класиране на съответните доставчици, включително на техните алгоритми ⁽¹⁰³⁾. Същият подход се прилага и за изискването за предоставяне на информация съгласно ДПП.

Описанието на параметрите на класирането по подразбиране може да остане на общо ниво и не е необходимо да се представя по индивидуализиран начин за всяка отделна заявка за търсене ⁽¹⁰⁴⁾. В допълнение към общите изисквания за достъпност, информацията за параметрите на класирането трябва да бъде достъпна в специален раздел на онлайн интерфейса, който е пряко и лесно достъпен от страницата, на която са представени офертите ⁽¹⁰⁵⁾.

Задължението за предоставяне на информация се прилага и в случаите, когато търговецът дава възможност за търсене в онлайн интерфейс чрез **гласови команди** (чрез „**цифрови асистенти**“), а не чрез въвеждане на текст. И в този случай информацията трябва да бъде предоставена за справка в „специален раздел на онлайн интерфейса“ на уебсайта/приложението на търговеца.

Правилата за прозрачност на класирането по отношение на потребителите (в ДПП и ДНТП) определят „класирането“ по начин, който е по същество сходен с този в Регламента за справедливост и прозрачност. В Регламента за справедливост и прозрачност се изисква платформите да информират своите бизнес потребители чрез информация в общите условия на платформата за взаимоотношения между предприятията или да предоставят информация на преддоговорния етап.

⁽¹⁰¹⁾ Директива (ЕС) 2016/943 на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2016 г. относно защитата на неразкрити ноу-хау и търговска информация (търговски тайни) срещу тяхното незаконно придобиване, използване и разкриване (ОВ L 157, 15.6.2016 г., стр. 1).

⁽¹⁰²⁾ Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20 юни 2019 г. за насърчване на справедливост и прозрачност за бизнес ползвателите на посреднически онлайн услуги (ОВ L 186, 11.7.2019 г., стр. 57).

⁽¹⁰³⁾ Вж. съображение 23 от Директива (ЕС) 2019/2161 и съображение 27 от Регламента за справедливост и прозрачност.

⁽¹⁰⁴⁾ Вж. съображение 23 от Директива (ЕС) 2019/2161.

⁽¹⁰⁵⁾ Вж. член 7, параграф 4а от ДНСП.

Въпреки че съответните изисквания за предоставяне на информация са сходни, техните „аудитории“ са различни. Поради това в ДПП (и в ДНТП) се изисква само „обща“ информация за основните параметри на класирането и тяхната относителна значимост. Тази разлика от Регламента за справедливост и прозрачност отразява информационните нужди на **потребителите, които се нуждаят от кратка и лесна за разбиране информация**. По същата причина правилата в ДПП (и ДНТП) не изискват и обяснение на „причините“ за относителната значимост на основните параметри на класирането, каквото се изисква от Регламента за справедливост и прозрачност.

На практика доставчиците на посреднически услуги онлайн ще могат да използват по-подробната информация, която предоставят на своите бизнес потребители съгласно Регламента за справедливост и прозрачност, като основа за изготвяне на предназначено за потребителите обяснение на параметрите на класирането. Комисията е издала насоки за прозрачност на класирането в съответствие с Регламента за справедливост и прозрачност ⁽¹⁰⁶⁾. В тези насоки се разглеждат няколко въпроса, които са от косвено значение и при прилагането на правилата на ДПП и ДНПС относно прозрачността на класирането, като например понятието „основни параметри“, „относителната приоритетна позиция“ и „пряко и непряко възнаграждение“.

3.4.2. Статут на другата договаряща страна

Член 6а, параграф 1

б) дали третата страна, предлагаща стоките, услугите или цифровото съдържание, е търговец или не, въз основа на заявеното от тази трета страна пред доставчика на онлайн мястото за търговия;

Подобно изискване по отношение на статута на доставчика — трета страна е залегнало в новата буква е) на член 7, параграф 4 от ДНТП, отнасяща се до офертата за покупка.

Целта на това изискване за предоставяне на информация специално за онлайн местата за търговия е да се гарантира, че потребителите винаги знаят от кого купуват стока или услуга на онлайн мястото за търговия — от търговец или от друг потребител. Погрешното допускане, че доставчикът — трета страна е търговец, може да създаде проблеми за потребителя, ако при онлайн покупката възникнат нередности (например несъответствие на стоките) и след това се окаже, че правилата за защита на потребителите, като например правото на отказ от договора в рамките на 14 дни или законовата гаранция, всъщност не се прилагат към договора.

И в двете разпоредби на ДПП и ДНТП се посочва, че информацията за статута на доставчика — трета страна следва да се основава на декларация на този доставчик, която онлайн мястото за търговия след това предава на потребителя. Поради това онлайн мястото за търговия може да се опира основно на декларацията, предоставена от доставчика — трета страна. Този подход е в съответствие със забраната за налагане на онлайн посредниците на общи задължения за мониторинг съгласно Директивата за електронната търговия ⁽¹⁰⁷⁾, доколкото съответните разпоредби на Директивата за електронната търговия се прилагат към онлайн мястото за търговия. В същото време това не засяга задълженията на мястото за търговия по отношение на незаконното онлайн съдържание, като например за предприемане на действия въз основа на известие, с което платформата се уведомява за конкретни измамни предложения от страна на търговци ⁽¹⁰⁸⁾.

Следва да се подчертае, че изискването за предоставяне на информация в член 6а, параграф 1, буква б) се поставя с цел да се увеличи яснотата за потребителите, които пазаруват на онлайн места за търговия. Декларацията на самия доставчик е добър показател за правния статут на този доставчик, но тя не замества определението за „търговец“, което трябва да се прилага в съответствие с посочените критерии. В това отношение следва да се направи позоваване на точка 22 от „черния списък“ в приложение I към ДНТП, с която се забранява на търговците да се представят като лица, различни от търговци. Съгласно това ново правило за предоставяне на информация същата забрана се прилага за всяка невярна или неточна декларация, че деклараторът не е търговец.

3.4.3. Информация за неприложимост на правото на ЕС в областта на защитата на потребителите

Член 6а, параграф 1, буква в) има за цел да стимулира търговците да декларират правилно своя статут. С него се изисква доставчикът на онлайн мястото за търговия да предупреждава потребителите, че не се ползват от правата на потребителите, когато доставчикът — трета страна е декларирал своя статут на лице, различно от търговец.

⁽¹⁰⁶⁾ Известие на Комисията – Насоки относно прозрачността на класирането съгласно Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета (ОВ С 424, 8.12.2020, стр. 1).

⁽¹⁰⁷⁾ Същото правило е предвидено в предложението на Комисията за законодателен акт за цифровите услуги, вж. https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_bg

⁽¹⁰⁸⁾ Вж. член 14, параграф 2 от Директивата за електронната търговия.

Член 6а, параграф 1

в) когато третата страна, която предлага стоките, услугите или цифровото съдържание, не е търговец — че за договора не се прилагат правата на потребителите, произтичащи от правото на Съюза в областта на защитата на потребителите;

Информацията, че правата на потребителите в ЕС не се прилагат към договора, трябва да придружава по възможно най-кратък и ясен начин информацията, че доставчикът — трета страна е декларира своя статут като лице, различно от търговец. Основната цел на това уведомление е да се предупредят потребителите, че не могат да разчитат на правната защита, която обикновено очакват, като например право на отказ или правна гаранция, така че да сключат договора с пълното съзнание за тези ограничения.

3.4.4. *Разпределение на отговорностите, свързани с договора*

Член 6а, параграф 1

г) когато е приложимо — как се разпределят свързаните с договора задължения между третата страна, предлагаща стоките, услугите или цифровото съдържание, и доставчика на онлайн мястото за търговия като тази информация не засяга отговорността, която доставчикът на онлайн мястото за търговия или търговецът трето лице носят във връзка с договора съгласно друга разпоредба на правото на Съюза или на националното право.

Потребителите, които използват онлайн място за търговия, сключват договори за доставка на конкретни продукти, предлагани на мястото за търговия или с доставчика на това място за търговия, или с доставчик — трета страна. Освен това потребителят има и (рамков) договор с доставчика на онлайн мястото за търговия, а последният има договори с доставчиците, предлагащи продукти на мястото за търговия. С тези договори се уреждат условията за ползване от потребителите на услугите, предлагани от мястото за търговия, включително тези, които мястото за търговия предлага на потребителите във връзка с договорите им с доставчиците на конкретни продукти.

С член 6а, параграф 1, буква г) се цели да се осигури яснота за потребителите относно това „как се разпределят свързаните с договора задължения между“ доставчика — трета страна и доставчика на мястото за търговия, когато на мястото за търговия се сключват договори с доставчици — трети страни. Тази разпоредба изисква от мястото за търговия да напомня на потребителя за всички отговорности, които мястото за търговия може да е поело към потребителя по отношение на такива договори.

Тази информация за разпределението на отговорностите между доставчика на онлайн мястото за търговия и доставчика — трета страна трябва да бъде предоставяна на принципа „когато е приложимо“. По-специално, това изискване се прилага само в случаите, когато отговорностите към потребителите са разпределени между онлайн мястото за търговия и доставчика — трета страна. Например онлайн мястото за търговия може да поеме отговорността за доставката на стоките, а доставчикът — трета страна да остава отговорен за съответствието на стоките.

С ДПП не се урежда начинът на разпределяне на отговорностите между страните. Онлайн мястото за търговия и третата страна търговец следва да се споразумеят за съответните си отговорности по отношение на договорите, сключени на мястото за търговия, при спазване на приложимото национално законодателство, а мястото за търговия трябва да информира потребителите за това.

В съображение 27 от Директива (ЕС) 2019/2161 е даден пример за това как онлайн мястото за търговия би могло да приложи това ново задължение за предоставяне на информация: „Доставчикът на онлайн място за търговия може да посочи, че търговецът трета страна, е единственият, който отговаря за гарантирането на правата на потребителите, или да опише своите конкретни отговорности, когато този доставчик поема отговорност за определени аспекти на договора, например доставка или упражняване на правото на отказ.“ В съображение 27 също така е упоменато, че информацията следва да се предоставя по ясен и разбираем начин, а не само в стандартните общи условия или в подобни договорни документи.

3.4.5. *Възможност за налагане на допълнителни изисквания за предоставяне на информация*

С член 6а, параграф 2 на държавите членки се позволява да налагат допълнителни изисквания за предоставяне на информация за онлайн местата за търговия, като се вземат предвид правилата на Директива 2000/31/ЕО за електронната търговия.

Член 6а

2. Без да се засяга Директива 2000/31/ЕО, настоящият член не възпрепятства държавите членки да налагат допълнителни изисквания за предоставяне на информация за доставчиците на онлайн места за търговия. Тези разпоредби са пропорционални, недискриминационни и обосновани от съображения за защита на потребителите.

Следователно тази възможност за избор на нормативна уредба е подобна на по-общата възможност в член 6, параграф 8, която позволява на държавите членки да налагат допълнителни изисквания за информация (както е разгледано в раздел 3.1.5 по-горе).

4. Специални изисквания за договорите от разстояние

4.1. Определение за договор от разстояние

В член 2 договорите от разстояние са определени по следния начин: „7) „договор от разстояние“ означава всеки договор, сключен между търговеца и потребителя в рамките на организирана система за продажби от разстояние или предоставяне на услуги от разстояние без едновременно физическо присъствие на търговеца и потребителя, чрез изключителното използване на едно или повече средства за комуникация от разстояние до сключването на договора, включително и момента на сключване на договора“.

В съображение 20 се предоставят допълнителни обяснения на това понятие, включително примери на средства за комуникация от разстояние: „Определението за „договор от разстояние“ следва да обхваща всички случаи, при които се сключва договор между търговец и потребител в рамките на организирана система за продажби от разстояние или за предоставяне на услуги от разстояние, чрез използване изключително на едно или няколко средства за комуникация от разстояние (като поръчка по пощата, интернет, телефон или факс) до момента на сключване на договора, включително и сключването на договора. Това определение следва също така да обхване случаите, при които потребителят посещава търговския обект само за целите на събирането на информацията относно стоките или услугите и впоследствие договаря и сключва договора от разстояние. Напротив, договор, който е договорен в търговския обект на търговеца и е окончателно сключен чрез използването на средства за комуникация от разстояние, не следва да се счита за договор от разстояние. По същия начин договор, чието договаряне е започнало посредством използването на средства за комуникация от разстояние, но е окончателно сключен в търговския обект на търговеца, не следва да се счита за договор от разстояние. Подобно на това понятието за договор от разстояние не следва да включва резервациите, направени от потребител чрез използването на средства за комуникация от разстояние, чиято цел е да се отправи искане за предоставяне на услуга от специалист, както е например случаят с потребител, който телефонира, за да си резервира час във фризьорски салон. [...]“.

При сключването на договор от разстояние страните могат също така да използват **комбинация от няколко различни средства за комуникация от разстояние** (например уебсайт, мобилно приложение или телефон). Фактът, че страните се срещат след сключването на договора от разстояние, обикновено по време на доставката или плащането, не следва да променя класифицирането на договора като договор от разстояние. Ако потребителят просто е посетил търговския обект, за да събере информация за стоките или услугите, договорът, който той впоследствие договаря и сключва с търговеца от разстояние, следва да се счита за договор от разстояние. Въпреки че простото определяне на среща с търговеца не се счита за договор от разстояние, направена резервация с обвързващ характер, например по телефона, за вземането на стоки или получаването на услуги в определен момент, вероятно ще представлява договор от разстояние за целите на директивата.

Директивата се прилага само за договорите от разстояние, сключени в рамките на **организирана система за продажби от разстояние или за предоставяне на услуги от разстояние**. Например, ако даден търговец само по изключение сключва договор с потребител чрез електронна поща или телефон, след като потребителят се е свързал с него, този договор не следва да се счита за договор от разстояние съгласно директивата. Не е необходимо обаче търговецът да създаде сложна организация за дистанционни продажби, като например онлайн интерфейс. Също така и по-прости механизми, като например насърчаване на използването на електронна поща или телефон за сключване на договори с потребители, могат да са предпоставка за прилагането на изискванията на ДПП.

Търговецът може да използва онлайн място за търговия за сключването на договори при спазване на разпоредбите на директивата. Както беше обяснено в съображение 20: „[...] Понятието за организирана система за продажби от разстояние или за предоставяне на услуги от разстояние следва да включва системите, предлагани от трети лица, различни от търговеца, но използвани от търговеца, като например онлайн платформа. То обаче не следва да обхваща случаи, при които уебсайтове предлагат информация само за търговеца, неговите стоки и/или услуги и неговите данни за контакт“.

Прилагането на ДПП не зависи от технологията, използвана от търговеца. Няма значение дали потребителят сключва „нормален“ договор от разстояние по интернет или използва технологията за изпълнение, основана на блокова верига ⁽¹⁰⁹⁾.

4.2. Преддоговорна информация

4.2.1. Информация, която трябва да бъде представена непосредствено преди да бъде направена поръчката

Член 8

2. Ако договор от разстояние, който следва да бъде сключен по електронен път, предвижда задължение за потребителя за плащане, търговецът съобщава на потребителя по ясен и видим начин и непосредствено преди потребителят да направи своята поръчка, информацията, посочена в член 6, параграф 1, букви а), д), о) и п).

Член 8, параграф 2 се отнася до информацията, която трябва да бъде предоставена пряко на потребителите преди сключването по електронен път на договори, включващи плащане на цена.

Директивата не дава определение на понятието „по електронен път“, но с оглед на обяснението, предоставено в съображение 39, този термин следва да се тълкува като отнасящ се до **договори, сключени чрез уебсайтове и други видове онлайн интерфейс**: „Важно е да се обезпечи, че при договори от разстояние, сключени чрез уебсайтове, потребителят е в състояние напълно да прочете и разбере основните елементи на договора, преди да направи поръчката. За тази цел следва да се предвиди разпоредба в настоящата директива основните елементи на договора да бъдат изписани в непосредствена близост до необходимия бутон за потвърждаване на поръчката [...]“. Освен това с оглед на определението за „електронни средства“ в Директива (ЕС) 2015/1535 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹¹⁰⁾, член 8, параграф 2 може да се прилага и за други технологии, като например цифровото съдържание, предоставяно чрез телевизионни приставки.

Член 8, параграф 2 от ДПП следва да се разглежда в контекста на националните правила за транспониране на разпоредбите на Директивата за електронната търговия — Директива 2000/31/ЕО — относно сключването на договори, които се прилагат, ако договорът попада в обхвата на определението за „услуга на информационното общество“, тоест каквато и да е услуга, нормално предоставяна срещу възнаграждение, от разстояние, чрез електронно средство и по индивидуална молба от получателя на услугите.

В член 8, параграф 9 от ДПП изрично се потвърждава, че не се засягат разпоредбите, предвидени в членове 9 и 11 от Директива 2000/31/ЕО, съгласно които търговецът е длъжен **да даде възможност на потребителя да провери електронната поръчка преди да я изпрати**.

Съответно член 8, параграф 2 от ДПП ще се прилага към момента, в който от потребителя е поискано да провери поръчката в съответствие с Директивата за електронната търговия, т.е. да провери съдържанието на пазарската кошница преди да натисне бутона „купи“ ⁽¹¹¹⁾.

⁽¹⁰⁹⁾ Този принцип е валиден и за сделки, при които се използват т.нар. „интелигентни договори“. С термина „интелигентен договор“ се описва компютърна програма или протокол за трансакции, който е предназначен за автоматично изпълнение, контрол или документиране на правно значими събития и действия. Все още не е постигнат консенсус по отношение на определението за „интелигентни договори“. Според доклада за правната и регулаторната рамка на блоковите вериги и интелигентните договори, изготвен от ConsenSys AG от името на обсерваторията и форума на Европейския съюз за блокови вериги, терминът обикновено означава компютърен код, който се съхранява в блокова верига и до който могат да имат достъп една или повече страни (https://www.eublockchainforum.eu/sites/default/files/reports/report_legal_v1.0.pdf). Тези програми често се изпълняват сами и при тях се използват определени свойства на блоковите вериги като устойчивост на манипулиране, децентрализирано обработване и т.н. Ето защо, въпреки че „интелигентният договор“ функционира в съответствие с условията на конкретен договор, който той изпълнява, терминът не трябва да се използва като синоним на самия договор.

⁽¹¹⁰⁾ Директива (ЕС) 2015/1535 на Европейския парламент и на Съвета от 9 септември 2015 г., установяваща процедура за предоставянето на информация в сферата на техническите регламенти и правила относно услугите на информационното общество (ОВ L 241, 17.9.2015 г., стр. 1). Член 1, буква б), подточка ii): „**чрез електронни средства**“ означава, че услугата се изпраща първо и се получава по тествана процедура чрез електронно оборудване за обработка (включително цифрово компресиране) и съхранение на данни и се пренася изцяло, предава и получава изцяло чрез кабел, радио, оптични средства или други електромагнитни средства“.

⁽¹¹¹⁾ Някои търговци представят други продукти, които потребителите „може да харесат“, по време на последния етап на процеса на поръчване и това може да затрудни потребителите да прегледат поръчката си и да се уверят, че всички данни в нея са правилни. Когато представянето би могло да обърка потребителя и да му попречи да разбере правилно основните елементи на договора преди подаването на поръчката, подобна практика може да се квалифицира като заблуждаваща по смисъла на член 6 или 7 от Директивата относно неелайни търговски практики.

Изразът „непосредствено преди“ в член 8, параграф 2 следва да обхваща, на първо място, **времевия аспект** и следва да се тълкува в смисъл „точно преди“. Освен това изразите „видим начин“ в член 8, параграф 2 и „в непосредствена близост“ в съображение 39 предполагат по-строги изисквания относно **представянето на информацията** в сравнение с общите изисквания съгласно член 6, параграф 1 и член 8, параграф 1. Информацията следва да се представя по такъв начин, че потребителят да може действително да я види и прочете преди да направи поръчката, без да е длъжен да се прехвърля на друга страница, различна от страницата, използвана за правене на поръчката.

Специфичните изисквания относно преддоговорната информация, посочени в член 8, параграф 2, са:

- 1) основните характеристики (член 6, параграф 1, буква а);
- 2) крайната цена (член 6, параграф 1, буква д);
- 3) срокът на договора и условията за неговото прекратяване (член 6, параграф 1, буква о);
- 4) когато е приложимо, минималният срок на договора (член 6, параграф 1, буква п).

4.2.2. Бутон за потвърждаване на поръчка

Член 8

2. [...]

Търговецът трябва да обезпечи, че потребителят, когато дава своята поръчка, потвърждава изрично, че поръчката е свързана със задължение за плащане. Ако даването на поръчка е свързано с активиране на бутон или подобна функция, бутонът или подобната функция се надписват по четлив начин само с думите „поръчка със задължение за плащане“ или със съответна недвусмислена формулировка, от която става ясно, че даването на поръчка води до задължение за плащане към търговеца. Ако търговецът не спазва настоящата алинея, договорът или поръчката не задължава потребителя.

В член 8, параграф 2, втора алинея се изисква бутонът, използван за даване на поръчката на уебсайта, да е ясно обозначен. Съответното обозначение (етикет) трябва да е върху самия бутон или непосредствено до него. То може да бъде формулирано по различни начини, стига да носи ясно послание относно задължението за плащане ⁽¹¹²⁾:

- Например изрази като „кунете сега“, „платете сега“ или „потвърдете покупката“ биха предали посланието, изисквано съгласно тази разпоредба.
- За разлика от това изрази като „регистрайте“, „потвърдете“ или „поръчайте сега“, както и ненужно дълги фрази, които могат ефективно да скрият посланието относно задължението за плащане, е по-малко вероятно да отговорят на това изискване.

Това изискване се прилага и когато търговецът е формулирал преддоговорната информация за потребителя съгласно член 8, параграф 4.

4.2.3. Информация за ограниченията при доставката и начините на плащане

Член 8

3. В уебсайтовете за търговия се посочва ясно и четливо най-късно в началото на процеса на даване на поръчка дали има ограничения при доставката и какви платежни средства се приемат.

Съгласно член 8, параграф 3 уебсайтовете за търговия трябва да информират потребителите за ограниченията при доставките, включително географските, като предлагат лесна за разбиране информация по ясен и видим начин. Например тази информация не трябва да се споменава единствено в общите условия на търговеца или само на отделни уебстраници, които не са ясно обозначени и които потребителите вероятно няма да разгледат по време на сесията си за пазаруване.

Информацията за „ограниченията при доставката“, предоставена съгласно член 8, параграф 3, трябва да съответства на информацията за условията за доставка, предоставена в съответствие с член 6, буква ж) от ДПП.

⁽¹¹²⁾ Допълнителни насоки относно тълкуването на „съответната недвусмислена формулировка“ могат да се очакват в решението по висшето дело C-249/21 *Fuhrmann-2*, в което се разглежда въпросът дали такава формулировка трябва да се оценява, като се вземат предвид всички обстоятелства, свързани с процеса на поръчка или резервация, по-специално начинът, по който е структуриран процесът на поръчка, или единствено текстът, използван за обозначаване на бутона/подобната функция.

Ограниченията по отношение на доставката и плащането са предмет на Регламент (ЕС) 2018/302 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹¹³⁾ относно блокирането на географски принцип. По-специално, автоматичното изменение на информацията за ограниченията при доставката въз основа на географското местоположение на потребителя може да доведе до нарушение на член 4 от Регламента относно блокирането на географски принцип, по-специално когато възпрепятства достъпа до стоките в район, който обикновено се обслужва от търговеца.

— *Например търговец, който предлага доставка в дадена държава членка в съответствие с приложените общи условия на своя международен сайт „cot“, не трябва автоматично да изключва тази възможност за доставка, когато открие потребител, който се свързва от тази държава членка и за когото е наличен и специален национален уебсайт.*

Що се отнася до начина на плащане, разпоредбата на член 5 от Регламента относно блокирането на географски принцип забранява на търговците да ограничават приемането на плащания въз основа на националността на клиента, мястото на пребиваване или мястото на установяване в рамките на ЕС, като например мястото на издаване на банковата карта.

4.2.4. Договори, сключени чрез средства за комуникация от разстояние с ограничено пространство или време

В член 8, параграф 4 се разглеждат средствата за комуникация от разстояние, които предоставят ограничено време или пространство за представяне на информацията:

Член 8

4. Ако договорът е сключен с помощта на средство за комуникация от разстояние, което предоставя ограничено пространство или време за показване на информацията, търговецът предоставя на или чрез това конкретно средство преди сключването на договора най-малко преддоговорната информация относно основните характеристики на стоките или услугите, самоличността на търговеца, общата цена, правото на отказ, срока на договора и ако договорът е безсрочен — условията за прекратяване на договора, посочени съответно в член 6, параграф 1, букви а), б), д), з) и о), с изключение на стандартния формуляр за отказ, предвиден в приложение I, част Б и посочен в буква з). Търговецът предоставя на потребителя останалата информация, посочена в член 6, параграф 1, включително стандартния формуляр за отказ, по подходящ начин в съответствие с параграф 1 от настоящия член.

Следователно в член 8, параграф 4 се съдържат същите изисквания за предоставяне на информация, както в член 8, параграф 2, към които се добавя изискването за информация относно:

- 1) самоличността на търговеца, както е посочено в член 6, параграф 1, буква б);
- 2) правото на отказ, както е посочено в член 6, параграф 1, буква з), т.е. информация относно условията, срока и процедурите за упражняване на това право.

Член 8, параграф 4 не включва изискването по член 6, параграф 1, буква п) да се предоставя информация относно „минималния срок, за който потребителят има задължения по договора“. Въпреки това, както е обяснено по-горе в раздел 3.2.7, всеки такъв минимален период също е едно от основните условия за прекратяване на договор с неопределен срок или на автоматично удължаван договор съгласно член 6, параграф 1, буква о). Поради това на практика този информационен елемент също следва да бъде обхванат от член 8, параграф 4.

Член 8, параграф 4 се прилага за договори, сключени с помощта на технологии, като например **по телефон**, чрез **гласови асистенти за пазаруване**, чрез **услуга за кратки съобщения** или други средства за комуникация от разстояние, които налагат технически ограничения върху обема на информацията, която може да бъде представена на потребителя ⁽¹¹⁴⁾. В такива ситуации директивата позволява на търговеца да предостави на потребителя по-ограничен набор от информационни елементи преди сключването на договора от разстояние, докато другата информация, изисквана от член 6, параграф 1, трябва да бъде предоставена от друг източник на ясен и разбираем език. (вж. също съображение 36, в което е упоменато предоставянето на „*безплатен телефонен номер или връзка към интернет страницата на търговеца*“).

С Директива (ЕС) 2019/2161 се изменя член 8, параграф 4 от ДПП, като от задълженията за предоставяне на информация се изключва задължението за предоставяне на стандартния формуляр за отказ, посочен в приложение I, част Б. Следователно, достатъчно е този формуляр да бъде съобщен на ясен и разбираем език чрез друг източник ⁽¹¹⁵⁾. След сключването на договора цялата информация следва да бъде включена в потвърждението на договора, предоставено на траен носител в съответствие с член 8, параграф 7.

⁽¹¹³⁾ Регламент (ЕС) 2018/302 на Европейския парламент и на Съвета от 28 февруари 2018 г. за преолюване на необоснованото блокиране на географски принцип и на други форми на дискриминация въз основа на националността, местопребиваването или мястото на установяване на клиентите в рамките на вътрешния пазар и за изменение на регламенти (ЕО) № 2006/2004 и (ЕС) 2017/2394 и Директива 2009/22/ЕО (ОВ L 60I, 2.3.2018 г., стр. 1)

⁽¹¹⁴⁾ Вж. също съображение 41 от Директива (ЕС) 2019/2161.

⁽¹¹⁵⁾ C-430/17, *Walbusch Walter Busch*, EU:C:2019:47, точка 46.

Съдът на ЕС разглежда прилагането на член 8, параграф 4 в решението си по дело C-430/17 *Walbusch Walter Busch*, което е свързано с продажби от разстояние чрез поръчка по пощата (талон за поръчка, разпространяван чрез вестници и списания).

Съдът на ЕС постановява, че „[п]реценката на това дали в даден случай средството за комуникация предоставя ограничено пространство или време за представяне на информацията по смисъла на член 8, параграф 4 от Директива 2011/83, трябва да се извърши, **като се държи сметка за съвкупността на техническите характеристики на търговските съобщения на търговеца**. В това отношение следва да се провери дали, с оглед на пространството и на времето, което заема съобщението, и на минималния размер на печатарския шрифт, който е подходящ за средния потребител, за когото е предназначено съобщението, е възможно **цялата информация, посочена в член 6, параграф 1 от тази директива, да бъде обективно представена** в рамките на посоченото съобщение.

И обратно, **„изборът на съответния търговец по отношение на оформлението и на начина, по който ще използва пространството и времето, с което разполага с оглед на предпочетеното от него средство за комуникация, не е относим за целите на тази преценка“** ⁽¹¹⁶⁾.

На практика **„средство за комуникация от разстояние, което предоставя ограничено пространство или време“** по смисъла на член 8, параграф 4 **е средство, което не позволява многопластово представяне на информация** (например чрез разширяеми заглавия или хипервръзки, насочващи потребителите към по-подробно представяне на съответната информация) — вж. в тази връзка раздел 3.1.1 относно предоставянето на информация на потребителите по ясен и разбираем начин.

Смартфоните не могат да бъдат квалифицирани като **„средство за комуникация от разстояние, което позволява ограничено пространство или време за показване на информацията“**, тъй като екраните на тези устройства винаги позволяват на потребителите да получат допълнителна информация чрез разширяване на структурата на съдържанието или чрез допълнителни страници. Когато търговецът е индивидуализирал съдържанието и представянето на онлайн интерфейса за такива устройства, той може да използва член 8, параграф 4 и свързаната с него съдебна практика като насока за избор на информацията, която трябва да бъде предоставена на най-видно място. В тези случаи търговецът може да се съсредоточи върху информационните елементи, изисквани по член 8, параграф 4, когато е уместно, в разширяем формат ⁽¹¹⁷⁾, а останалата част от задължителната информация да предостави на допълнителни страници.

4.3. Договори, сключени по телефона

Член 8

5. Без да се засяга параграф 4, ако търговецът използва телефонно обаждане до потребителя с цел сключване на договор от разстояние, в началото на разговора с потребителя той разкрива своята самоличност и, където е приложимо, самоличността на лицето, от чието име се обажда, както и търговската цел на обаждането.

Член 8, параграф 5 съдържа специално правило за договорите, сключени по телефона, изискващо самоличността на търговеца и търговската цел на обаждането да са изяснени в началото на разговора. Тъй като това правило се прилага **„без да се засяга параграф 4“, търговците могат да ограничат предоставената информация по време на телефонното обаждане в съответствие с член 8, параграф 4**.

Член 8

6. При сключването на договор от разстояние по телефона държавите членки могат да предвидят, че търговецът е длъжен да потвърди предложението до потребителя и че потребителят ще бъде обвързан от предложението едва след като го е подписал или след като е изпратил писменото си съгласие. Държавите членки могат също така да предвидят тези потвърждения да бъдат извършвани единствено на траен носител.

Член 8, параграф 6 предоставя на държавите членки друга възможност за избор на нормативна уредба. Някои държави членки са използвали тази възможност по по-ограничен начин, т.е. те са приложили съответните допълнителни изисквания само за договори, сключени чрез телефонно обаждане, **осъществено по инициатива** на търговеца.

⁽¹¹⁶⁾ Пак там, точка 39.

⁽¹¹⁷⁾ Търговците могат да използват показалец на темите с разширяеми заглавия. На най-горното ниво потребителите могат да намерят основните теми, като всяка от тях може да бъде разширена чрез щракване върху нея, така че потребителите да бъдат насочени към по-подробно представяне на съответната информация. По този начин потребителите разполагат с цялата необходима информация на едно място, като запазват контрола върху това какво и кога да прегледат.

Терминът „траен носител“ в тази разпоредба се отнася за хартия и други трайни носители, както е обяснено в съображение 23: „Траен носител следва да позволи на потребителя да съхранява информацията за толкова дълго, колкото му е необходимо за защитата на неговите интереси, произтичащи от правоотношението с търговеца. Такива носители следва да включват по-специално хартия, устройства за съхранение на данни с USB интерфейс, CD-ROM дискове, DVD дискове, карти с памет или твърдите дискове на компютрите, както и електронната поща“. Следователно държавите членки могат да изискат и потвърждението на предложението от страна на търговеца, и съгласието на потребителя да бъдат върху траен носител, като не е задължително това да бъде непременно върху хартия, а например може да бъде осъществено чрез обмен на електронни съобщения.

4.4. Потвърждение на договора

Член 8

7. Търговецът предоставя на потребителя потвърждение за сключването на договора върху траен носител в рамките на разумен срок след сключването на договора от разстояние или най-късно в момента на доставка на стоките, или преди започване на изпълнението на услугата. Това потвърждение включва:

- a) цялата информация, посочена в член 6, параграф 1, освен ако търговецът не е предоставил тази информация на потребителя на траен носител преди сключването на договора от разстояние; както и
- b) когато е приложимо, потвърждението за предварителното изрично съгласие и потвърждение на потребителя в съответствие с член 1б, буква м).

Търговецът следва да предостави на потребителя потвърждение на поръчката, включително цялата информация, която се изисква съгласно член 6, параграф 1, освен ако тя вече не е била предоставена на траен носител, като например каталог за поръчки по пощата, услуга за кратки съобщения или електронна писма, преди сключването на договора.

Определението за „траен носител“ е разгледано от Съда на ЕС в решението по дело C-49/11 *Content Services* относно Директивата за продажбите от разстояние — Директива 97/7/ЕО, където в член 5, параграф 1 също се изисква договорът от разстояние да бъде потвърден върху траен носител. Съгласно решението на Съда на ЕС самото предоставяне на информация на уебсайт не представлява траен носител: „Член 5, параграф 1 от Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 1997 година относно защитата на потребителя по отношение на договорите от разстояние трябва да се тълкува в смисъл, че **търговска практика, която се състои в предоставяне на предвидената в тази разпоредба информация само чрез хипервръзка на уебсайта на съответното предприятие, не изпълнява изискванията на посочената разпоредба, след като тази информация нито е „предоставена“ от това предприятие, нито е „получена“ от потребителя по смисъла на същата тази разпоредба и след като уебсайт като разглеждания в главното производство не може да се смята за „траен носител“ по смисъла на посочения член 5, параграф 1.**“⁽¹¹⁸⁾

В същото време Съдът не изключва възможността някои уебсайтове да бъдат класифицирани като трайни носители, ако отговарят на изискванията: „От преписката обаче не следва, че уебсайтът на продавача, към който препраща връзката, посочена на потребителя, позволява на последния да съхранява информация, адресирана лично до него по такъв начин, че той да може да получи достъп до нея и да я възпроизведе в непроменен вид за подходящ период, без продавачът да може да измени едностранно нейното съдържание.“⁽¹¹⁹⁾

Понятието „траен носител“ е допълнително анализирано в решението по дело C-375/15 *BAWAG* във връзка с Директива 2007/64/ЕО на Европейския парламент и на Съвета⁽¹²⁰⁾ относно платежните услуги, която съдържа подобно определение за „траен носител“. Съдът на ЕС постановява, че някои уебсайтове могат да бъдат класифицирани като „трайни носители“ при спазване на определени условия:

- уебсайтът позволява на потребителя да съхранява информация, адресирана лично до него, по такъв начин, че той да има достъп до нея и да я възпроизвежда непроменена за подходящ период от време, **без да е възможна едностранна промяна на нейното съдържание от доставчика на услуги или от друг търговец;** както и
- ако потребителят е длъжен да посети този уебсайт, за да се запознае с информацията, **предаването на тази информация трябва да бъде съпроводено от активно поведение от страна на доставчика, целящо да привлече вниманието на потребителя към съществуването и наличието на тази информация на този уебсайт**⁽¹²¹⁾.

⁽¹¹⁸⁾ C-49/11, *Content Services Ltd*, EU:C:2012:419, точка 51.

⁽¹¹⁹⁾ Пак там, точка 46.

⁽¹²⁰⁾ Директива 2007/64/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 13 ноември 2007 г. относно платежните услуги във вътрешния пазар, за изменение на директиви 97/7/ЕО, 2002/65/ЕО, 2005/60/ЕО и 2006/48/ЕО и за отмяна на Директива 97/5/ЕО (ОВ L 319, 5.12.2007 г., стр. 1).

⁽¹²¹⁾ C-375/15, *BAWAG*, EU:C:2017:38, точки 43—45.

Следователно личният онлайн профил на даден клиент при търговеца, където търговецът качва информацията, предназначена за потребителя, без да може да я изтрива и променя едностранно, може да бъде считан за траен носител за целите на директивата. Ако такъв профил е единственият начин на търговеца за потвърждение на договора, неговата **постоянна достъпност за потребителя** следва да бъде гарантирана за подходящ период също и след прекратяване на договора на потребителя с търговеца.

Що се отнася до това какво представлява „активно поведение“ за привличане на вниманието към ново съобщение, в решението си по дело BAWAG Съдът на ЕС потвърждава, че изпращането на електронно писмо до личната пощенска кутия на потребителя може да бъде достатъчно, при условие че: i) съответната пощенска кутия се използва редовно от потребителя за комуникация с други лица и ii) страните са се договорили да я използват в съответния договор за услуги, сключен между търговеца и потребителя. Избраният по този начин адрес обаче не може да бъде пощенската кутия, предоставена на потребителя на уебсайта, управляван от търговеца ⁽¹²²⁾.

Търговецът следва да остане обвързан със задължението по член 8, параграф 7 за представяне на потвърждение на договора на траен носител, също и ако преддоговорната информация е предоставена на потребителя в съответствие с член 8, параграф 4. Това задължение може да се счита за надлежно изпълнено, наред с другото, когато със съгласието на потребителя търговецът изпрати потвърждение на договора по електронна поща.

По отношение на **срока за потвърждение**, в член 8, параграф 7 се изисква то да бъде изпратено „в рамките на разумен срок след сключването на договора от разстояние“. Освен това потвърждението трябва да бъде представено най-късно в момента на доставка на стоките или преди да е започнало изпълнението на услугата.

За **услугите** няма изискване потвърждението да се предостави преди края на срока за упражняване на правото на отказ (ако изпълнението на договора е започнало след изтичането на този срок). Въпреки това, изискването потвърждението да се изпрати в рамките на „разумен срок“ означава, че то следва да бъде изпратено достатъчно рано, за да може потребителят да упражни правото си на отказ. Дали забавеното потвърждение трябва да се разглежда като неразумно по смисъла на член 8, параграф 7, трябва да се решава за всеки отделен случай.

Няма изричен абсолютен краен срок за потвърждението на договори за **предоставяне на комунални услуги и договори за цифрово съдържание онлайн**. По аналогия, за тези договори следва да се прилагат правилата относно договорите за услуги, т.е. потвърждението следва да бъде предоставено най-късно преди да започне изпълнението на договора. Тази аналогия изглежда се подсилва от общите правила съгласно директивата относно изчисляването на срока за отказ при тези договори в съответствие с член 9, параграф 2, буква а) и буква в).

Договорите за **цифрово съдържание онлайн** обикновено се изпълняват незабавно, т.е. преди изтичане на срока за упражняване на правото на отказ, а най-често срещаният начин за потвърждение е чрез съобщение по електронната поща. В този контекст уместен въпрос, който трябва да се зададе, е дали съответните търговци трябва да гарантират, че потребителят действително е получил потвърждението по електронната поща преди изтеглянето или стрийминга на цифровото съдържание да е започнало, или дали е достатъчно, че търговецът е изпратил такова съобщение по електронната поща преди изпълнението на договора да е започнало.

Тук следва да се отбележи, че член 8, параграф 7 не се отнася до „получаване“ на потвърждението от потребителя, а изисква от търговеца да го „предостави“. Значението на понятията „предоставяне“ и „получаване“ в контекста на Директивата за продажбите от разстояние — Директива 97/7/ЕО, е разгледано от Съда на ЕС в гореспоменатото дело C-49/11 *Content Services*. В член 5, параграф 1 от Директивата за продажбите от разстояние се предвижда, че потребителят трябва да **получи** писмено потвърждение или потвърждение чрез друг траен носител, който е на негово разположение и е достъпен до него в подходящ срок, освен ако информацията е била вече **предоставена** на потребителя преди сключването на договора в писмен вид или чрез друг траен носител.

Съдът на ЕС отбелязва в решението си, че понятията за „дадено“ и „получено“ се различават от термина „предоставено“, които се използват в други разпоредби на директивата и които Съдът на ЕС счита за „неутрална“ формулировка: „В това отношение следва да се отбележи също така, че докато в текста на член 4, параграф 1 от Директива 97/7/ЕО на повечето официални езици законодателят на Съюза е използвал **неутрална формулировка, съгласно която на потребителя „се предоставя“ съответната информация**, за сметка на това той е избрал по-обвързваща за търговеца термин в член 5, параграф 1 от тази директива, съгласно който потребителят трябва да „получи“ потвърждението на посочената информация. [...]“ ⁽¹²³⁾.

⁽¹²²⁾ Пак там., точки 51 и 53.

⁽¹²³⁾ C-49/11, *Content Services Ltd*, EU:C:2012:419, точка 35.

Следва също така да се вземе предвид, че търговецът не контролира процеса на предаване на електронното писмо за потвърждение. С оглед на това изискванията на член 8, параграф 7 са изпълнени, ако електронното писмо за потвърждение е изпратено **непосредствено преди** предоставянето на цифровото съдържание, т.е. преди да започне стриймингът или изтеглянето.

5. Право на отказ

5.1. Изчисляване на срока за упражняване на правото на отказ

5.1.1. Въведение

Член 9

1. Освен когато са приложими изключенията, предвидени в член 16, потребителят разполага със срок от 14 дни за отказ от договор от разстояние или от договор извън търговския обект, без да посочва причини за това и без да заплаща никакви разходи, с изключение на разходите, предвидени в член 13, параграф 2 и член 14.

1а. Държавите членки могат да приемат правила, според които 14-дневният срок за отказ, посочен в параграф 1, се удължава на 30 дни за договорите, сключени чрез нежелани посещения на търговеца в дома на потребителя или чрез екскурзии, организирани от търговеца с цел или ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите [...];

Член 9 предоставя на потребителя **14 дни за отказ** от договор от разстояние или договор извън търговския обект, без да посочва причина за това. За договорите, сключени чрез нежелани посещения от търговец в дома на потребителя или екскурзии, организирани от търговец с цел или ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите, държавите членки могат да удължат срока за отказ от договора от 14 на 30 дни. Прилагането на възможността за избор на нормативна уредба по отношение на нежелани посещения или на екскурзии е разгледано в раздел 5.9.

Съображение 41 гласи, че „[...] всички срокове, предвидени в настоящата директива, следва да се разбират като изразени в **календарни дни**. Когато срок, изразен в дни, трябва да бъде изчислен от момента, в който възниква дадено събитие или се извършва дадено действие, денят на възникване на събитието или на извършване на действието не следва да се счита за попадащ в рамките на съответния срок“.

Следователно „14 дни“/„30 дни“ в тази разпоредба следва да означава 14 или съответно 30 календарни дни, считано от деня, следващ деня на настъпване на съответното събитие (т.е. сключването на договора или доставката на стоките):

— Например, ако стоките са доставени или договорът за услуги е сключен на 1 март, последният ден за упражняване на правото на отказ следва да бъде 15 март или, в случаите, предвидени в параграф 1а — 31 март.

В съображение 41 се посочва, че Регламент (ЕИО, Евратом) № 1182/71 на Съвета⁽¹²⁴⁾ се прилага по отношение на директивата. Съгласно посочения регламент (член 3, параграф 3): „Съответните периоди включват официалните празници, неделите и съботите, освен когато те са изрично изключени или когато периодите са изразени в работни дни“.

Следователно официалните празници, неделите и съботите **са включени** в рамките на 14-те или съответно 30-те дни.

Ако обаче срокът за отказ **изтича** в някой от тези дни, той следва да бъде удължен до следващия работен ден, тъй като в член 3, параграф 4 от Регламент 1182/71 е посочено, че: „Когато последният ден от периода, изразен по различен начин от часове, е официален празник, неделя или събота, **периодът завършва с изтичането на последния час на следващия работен ден**“.

Списъците на дните, определени като официални празници в държавите членки за целите на Регламент № 1182/71, са публикувани в Официалния вестник на Европейския съюз⁽¹²⁵⁾.

— Например, ако 14-дневният срок за упражняване на правото на отказ за договор, сключен с румънски потребител, изтича на 25 декември 2021 г., той следва да бъде удължен до 27 декември, тъй като 25 и 26 декември са определени като официални празници в Румъния през 2021 г.

Въпреки че търговците следва да приемат правото на потребителя на отказ от договора по време на удължения срок за отказ, те нямат изрично задължение да информират потребителя, че е възможно такова удължаване (вж. също стандартните указания за отказ, представени в приложението към директивата).

⁽¹²⁴⁾ Регламент (ЕИО, Евратом) № 1182/71 на Съвета от 3 юни 1971 г. за определяне на правилата, приложими за срокове, дати и крайни срокове (ОВ L 124, 8.6.1971 г., стр. 1).

⁽¹²⁵⁾ Например списъкът за 2021 г. е на разположение на адрес: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX%3AC2020%2F451%2F02&qid=1617356863154>.

5.1.2. Начало на срока за отказ

Член 9

2. Без да се засяга член 10, срокът за отказ, посочен в параграф 1 от настоящия член, изтича след 14 дни или в случаите, когато държавите членки са приели правила в съответствие с параграф 1а от настоящия член, след 30 дни, считано от:

- a) при договори за услуга — деня на сключване на договора;
- б) при договори за продажба — деня, в който потребителят или трето лице, различно от превозвача и посочено от потребителя, влезе във владение на стоките, или:

 - i) в случаите на много стоки, поръчани от потребителя с една поръчка, но доставяни отделно — деня, в който потребителят или трето лице, различно от превозвача и посочено от потребителя, влезе във владение на последната стока;
 - ii) при доставка на стока, която се състои от множество партиди или части — деня, в който потребителят или трето лице, различно от превозвача и посочено от потребителя, влезе във владение на последната партида или част;
 - iii) при договори за редовна доставка на стоки в продължение на определен период от време — деня, в който потребителят или трето лице, различно от превозвача и посочено от потребителя, влезе във владение на първата стока;

- в) при договори за доставка на вода, газ или електрическа енергия, когато те не се предлагат за продажба, опаковани в ограничен обем или определено количество, както и за централно отопление и за цифрово съдържание, което не се доставя на материален носител — деня на сключване на договора.

Денят, от който се изчислява 14-дневният или съответно 30-дневният срок за отказ, зависи от това дали договорът е договор за продажба, договор за услуга, договор за цифрово съдържание онлайн или договор за предоставяне на комунални услуги. В директивата са предвидени два начални дни:

- **денят на сключване на договора** — за договорите за услуги, договорите за предоставяне на комунални услуги и договорите за цифрово съдържание онлайн;
- **денят на влизане във владение на стоките (доставка)** — за договорите за продажба, но при спазване на няколко специални правила за случаите на: 1) много стоки, поръчани с една поръчка, но доставяни отделно; 2) стоки, които се състоят от множество партиди или части, които се доставят отделно и 3) договори за редовна доставка на стоки в продължение на определен период от време.

За стоки, които са доставени, срокът за отказ започва да тече от деня, след като те влязат във владение на потребителя или друго лице, посочено от потребителя и различно от превозвача (член 9, параграф 2, буква б)). Това се различава от член 20, с който се предвижда рискът да премине върху потребителя веднага щом стоките бъдат предадени на превозвача, ако потребителят е възложил на превозвача да извърши транспортирането и ако този превозвач не е предложен от търговеца.

Ако доставките са две или повече, срокът за отказ започва да тече от деня след доставянето на **последната от стоките, поръчани с една поръчка, но доставяни отделно** (член 9, параграф 2, буква б), подточка i)). Това правило е обосновано от законния интерес на потребителя да получи всички части на дадена поръчка, преди да реши дали да се откаже от договора, например по отношение на:

- *основна стока и принадлежности, като например фотоапарат и обектив, или*
- *облекло като сако и панталони, които са били поръчани заедно и са предназначени да се носят заедно.*

В такива случаи следва да се прилага един срок за отказ, считан от деня след доставката на последния артикул.

Както е посочено в съображение 40: „[...] потребителят следва да може да упражни правото на отказ **преди да придобие владение върху стоките**“. Освен това нищо не пречи на потребителя да откаже да влезе във владение на стоките в следния случай:

- *Например след поръчването на артикул от търговец X потребителят намира по-добро предложение за същия артикул при търговец Y; поради това потребителят уведомява търговеца X за това, че ще упражни правото на отказ, и не взема артикула от пощенската служба.*

5.2. Информация относно правото на отказ

Разпоредбата на член 6, параграф 1 изисква от търговците да предоставят определена информация относно правото на отказ от договори, сключени от разстояние или извън търговския обект.

Член 6, параграф 1

- з) когато съществува право на отказ, условията, срока и процедурите за неговото упражняване в съответствие с член 11, параграф 1, както и стандартния формуляр за отказ, предвиден в приложение I, част Б;
- и) когато е приложено, обстоятелството, че потребителят ще трябва да поеме разходите за връщане на стоките в случай на отказ, а за договорите от разстояние, ако поради своето естество стоките не могат обичайно да бъдат върнати по пощата, разходите за връщане на стоките;
- й) указанието, че в съответствие с член 14, параграф 3 потребителят е длъжен да плати на търговеца разходи в разумни граници в случаите, когато потребителят упражнява правото си на отказ след отправяне на искане в съответствие с член 7, параграф 3 или член 8, параграф 8;
- к) когато правото на отказ не е предвидено в съответствие с член 16, потребителят се уведомява, че не може да ползва право на отказ или, когато е приложено, за обстоятелствата, при които потребителят губи правото си на отказ; [...]

Съгласно член 6, параграф 1 информацията трябва да бъде ясна и разбираема. Съгласно член 6, параграф 4 търговецът може да използва стандартните указания за отказ, предвидени в **приложение I, част А** от директивата, за предоставяне на информацията, посочена в букви з), и) и й). Ако информацията е попълнена правилно и предоставена на потребителя, търговецът е изпълнил тези изисквания за предоставяне на информация.

Въпреки това **стандартните указания за отказ**, предвидени в приложение I, част А, **не са задължителни** и търговецът може да измени тяхната формулировка, например чрез използване на термините „аз/мен“ вместо „ние/нас“, ако търговецът е самостоятелен предприемач, или чрез указване на самоличността на търговеца и данните за контакт в анкетката на формуляра и препращане към тези данни по-нататък в текста.

За разлика от това, ако се прилага правото на отказ съгласно член 6, параграф 1, буква з), търговецът следва винаги да предоставя на потребителя **стандартния формуляр за отказ**, предвиден в приложение I, част Б, дори ако търговецът **също така** предоставя на потребителя възможност за попълване и изпращане на **формуляр на своя уебсайт** относно правото на отказ в съответствие с член 11, параграф 3. Различни правила по отношение на предоставянето на стандартния формуляр за отказ се прилагат, когато договорите се сключват чрез средства за комуникация от разстояние с ограничено пространство или време в съответствие с член 8, параграф 4 — вж. раздел 4.2.4.

Допълнителният формуляр за отказ, който търговецът може по свой избор да предостави на своя уебсайт в съответствие с член 11, параграф 3, **може да се различава от стандартния формуляр за отказ**, посочен в приложение I, част Б към ДПП. Но ако търговецът желае да използва такъв онлайн формуляр, за да събере допълнителна информация от потребителя, като например причините за отказа, всички други въпроси от този вид следва да се представят отделно и да има възможност формулярът да се изпрати, без да се отговаря на тях.

Когато предоставя информация относно сроковете по член 6, параграф 1, буква з) за отказ от договори за продажба по член 9 (с изключение на договори за редовна доставка на стоки), ако точният начин на доставка (единична или многократна) не е предварително известен, търговецът може да информира потребителя, че срокът за отказ е 14 дни/30 дни, считано от деня, следващ придобиването от потребителя или влизането на трета страна, посочена от потребителя и различна от превозвача, във **владение на последната стока или партида от поръчката**.

Когато се прилага едно от **изключенията от правото на отказ**, предвидени в член 16, потребителят следва да бъде информиран относно изключението по член 6, параграф 1, буква к).

Когато **се прилага едно от безусловните изключения**, следва да се предоставя само информацията, която се изисква съгласно член 6, параграф 1, буква к), а не информацията относно правото на отказ съгласно член 6, параграф 1, буква з) и буква и):

— *Например за стоки като цветя, обхванати от изключението по член 16, първа алинея, буква г), уместна е само информацията, която се изисква съгласно член 6, параграф 1, буква к), т.е. търговецът следва да информира потребителя, че няма право на отказ от договора, тъй като тези стоки е вероятно бързо да влошат качеството си или имат кратък срок на годност.*

Обратно на това, за **изключения, които се прилагат само при определени обстоятелства**, информацията, изисквана от член 6, параграф 1, буква к), следва да се предоставя в **допълнение** към информацията, изисквана по член 6, параграф 1, буква з) и буква й):

— Например при предлагане на контактни леци или четка за зъби, чиято опаковка ги прави „запечатани стоки“ по смисъла на член 16, първа алинея, буква д), търговецът следва да информира потребителя за условията, сроковете и т.н. за отказ от договора, както се изисква съгласно член 6, параграф 1, буква з). Търговецът следва също да информира потребителя, че поради съображения, свързани със защитата на здравето, и по хигиенни причини потребителят губи правото си на отказ, ако опаковката бъде отворена.

Разпоредбата на член 6, параграф 1, буква и) изисква търговецът да посочи **разходите за връщане на стоките**, които не могат обичайно да бъдат върнати по пощата:

— Това се отнася например за обемни предмети като мебели и големи уреди (хладилници, перални машини и др.), които обикновено се доставят от врата до врата, а не се предават за изпращане по пощата.

В съображение 36 е обяснено, че това изискване за предоставяне на информация е изпълнено, ако например търговецът посочи един превозвач (например този, на който е възложил доставката на стоките) и една цена за връщането на стоките.

В съображение 36 също се посочва, че „когато не е възможно предварително да се изчислят разходите за връщане на стоките, например понеже търговецът не предлага да организира сам връщането на стоките, той би трябвало да заяви изрично, че такива разходи се заплащат и че те могат да бъдат големи, **и също да даде разумна преценка на максималните разходи, която би могла да се основава на разходите за доставка до потребителя**“.

Когато търговецът предлага различни начини на доставка, разходите за връщане на стоките могат да бъдат изчислени въз основа на стойността на конкретния начин на доставка, избран от потребителя:

— Например, ако доставката е организирана до адреса на потребителя, то и разходите за връщане може да се основават на разходите за вземането на стоките от този адрес.

Задължението да се посочат разходите за връщане на стоките или се предостави оценка не следва да изисква от търговеца да предостави тази информация за различните възможни сценарии за връщане (като връщане в сглобен вид на мебели, които са били доставени в разглобено състояние в опаковка).

5.3. Управняване на правото на отказ

В член 11 от директивата е предвидено, че потребителят може да се откаже от договора или като използва стандартния формуляр за отказ, или като направи друго недвусмислено изявление. Важно в това отношение е съображение 44, което се отнася до „връщането на стоките с ясно декларирано изявление“: „[...] Потребителят обаче следва да може да се откаже от договора, като формулира отказа си **със свои думи**, ако изявлението му, представящо решението му за отказ от договора пред търговеца, е недвусмислено. Писмо, телефонно обаяждане или връщането на стоките с ясно декларирано изявление биха били достатъчни, за да се изпълни това изискване, но тежестта на доказване по отношение на извършването на отказа в рамките на определените в директивата срокове следва да се носи от потребителя. Поради тази причина в интерес на потребителя е да използва траен носител, когато съобщава отказа си на търговеца“.

Следователно не би трябвало да е възможен отказ от договора просто чрез връщане на стоките без каквото и да е изрично изявление в този смисъл. Отказването на доставка или невземането на стоките от пощенския офис само по себе си не се счита за валидно изразяване на отказ. По този начин директивата гарантира, че търговецът не би сметнал неправилно връщането на пакет за отказ, когато този пакет не е бил доставен на клиента поради технически причини.

От друга страна, в заявлението си за отказ от договора потребителя не трябва непременно да се позовава на „правото на отказ“ от правна гледна точка:

— Например изявление за „прекратяване“ или „оттегляне“ от договора или използването на сходни думи също следва да се счита за достатъчно „недвусмислено“, стига въпросният потребител и съответният договор да могат да бъдат установени.

Тъй като потребителят носи тежестта на доказване по отношение на упражняването на правото на отказ, в съображение 44 на ДПП се изтъкват ползите от използването на траен носител в случай на спор. Освен това доказателството за изпращане на уведомлението очевидно би предоставило допълнителна сигурност на потребителя, че може да докаже своето твърдение:

— Например потребителят може да съхранява копие от изпратеното по електронна поща писмо или разписката за препоръчаното писмо.

5.4. *Последици от отказа по отношение на данните*

В член 13 от ДПП са определени задълженията на търговеца в случай на отказ. С Директива (ЕС) 2019/2161 този член е изменен, като са въведени разпоредби относно последиците от правото на отказ по отношение на обработването на данни.

Член 13

4. По отношение на личните данни на потребителя търговецът се съобразява с приложените задължения съгласно Регламент (ЕС) 2016/679.

5. Търговецът се въздържа от използване на съдържание, различно от лични данни, което е предоставено или създадено от потребителя при използването на цифровото съдържание или цифровата услуга, предоставени от търговеца, освен когато такова съдържание:

- a) няма приложение извън контекста на цифровото съдържание или цифровата услуга, предоставени от търговеца;
- b) се отнася само до дейността на потребителя при използване на цифровото съдържание или цифровата услуга, предоставени от търговеца;
- в) е било обобщено заедно с други данни от търговеца и не може да бъде отделено или може да бъде отделено само при полагането на непропорционални усилия; или
- г) е било създадено съвместно от потребителя и от други лица и други потребители могат да продължат да използват съдържанието.

6. Освен в случаите, посочени в параграф 5, буква а), б) или в), при поискване от потребителя търговецът предоставя на потребителя всяко съдържание, различно от лични данни, предоставено или създадено от потребителя при използването на цифровото съдържание или цифровата услуга, предоставени от търговеца.

7. Потребителят има право да извлече това цифрово съдържание безплатно, без да бъде възпрепятстван от търговеца, в разумен срок и в широко използван и машинночитим формат.[...]

Тези разпоредби са идентични с член 16, параграфи 2—4 от Директивата за цифровото съдържание (ДЦС). И в двете директиви са разгледани последиците от прекратяването на договора — в ДПП се разглежда прекратяването на договора по силата на правото на отказ, а в ДЦС — прекратяването на договора поради липса на съответствие.

В Общия регламент относно защитата на данните (ОРЗД) са уредени **последните от прекратяването на договора по отношение на личните данни**. Новите разпоредби на член 13 от ДПП (и член 16 от ДЦС) се отнасят до данните, които потребителят е качил или създавал чрез използването на цифровата услуга, **които не са лични данни**.

По-специално, съгласно член 13, параграф 6 от ДПП, в отговор на искането на потребителя търговецът е длъжен да предостави данните в машинночитим формат, който обикновено се използва към момента на прекратяване на договора вследствие на упражняване на правото на отказ.

Ако потребителите упражняват правото си на отказ от договора по силата на ДПП (или на средството за правна защита чрез прекратяване на договора по силата на ДЦС), **в съответствие с ОРЗД трябва да се прецени дали отказът от договора представлява и оттегляне на правното основание за обработване на лични данни**. В редица случаи е много вероятно изявлението, с което потребителят упражнява правото си на отказ и прекратява договора, да се тълкува и като **оттегляне на правното основание**, включително оттегляне на съгласието за друго обработване на лични данни, което не е било необходимо за изпълнението на договора по смисъла на ОРЗД. В тези случаи търговецът/администраторът на лични данни трябва да прецени дали все още има валидно правно основание за такова друго обработване на тези лични данни, като например спазване на правно задължение. При липса на валидно правно основание обработването следва да бъде преустановено.

Освен това с Директива (ЕС) 2019/2161 към ДПП са добавени специфични правила относно **правата на търговеца и задълженията на потребителя в случай на отказ**. Тези правила, установени в член 13, параграф 8 и член 14, параграф 2а, са идентични с разпоредбите на член 16, параграф 5 и член 17, параграф 1 от ДЦС.

Член 13

8. В случай на отказ от договора търговецът може да възпрепятства по-нататъшно използване на цифровото съдържание или цифровата услуга от потребителя, по-специално като направи цифровото съдържание или цифровата услуга недостъпни за потребителя или като блокира потребителския акаунт на потребителя, без да се засяга параграф 6.

Член 14

2а. В случай на отказ от договора потребителят се въздържа от използване на цифровото съдържание или цифровата услуга и от предоставянето им на трети страни.

5.5. **Право на отказ по отношение на стоки**

5.5.1. Много или дефектни стоки

Потребителят може да поиска **частично да се откаже** от договор за много стоки, ако желае да анулира покупката само на една или на някои от тях.

Въпреки че директивата не предвижда изрично такова право, тя също така не забранява на търговеца и потребителя да се споразумеят за **частичен отказ** от договора чрез връщане само на една стока или няколко стоки, закупени с една и съща поръчка. В случай че доставените стоки в рамките на един и същ договор включват промоционални продукти, търговецът не следва да бъде задължен да приеме връщането само на тези продукти, които са продавани на пълна цена.

Положението би било различно, ако потребителят не се е съгласил да получи подарък, който търговецът въпреки това е предоставил. Подобен подарък може да се третира като непоръчана доставка на стоки и по този начин попада в обхвата на правилата за непоръчаните доставки. В член 27 от ДПП и точка 29 от приложение I към Директивата за нелоялните търговски практики — Директива 2005/29/ЕО, е предвидена забрана за „[н]астояване за незабавно или разсрочено във времето **плащане на продукти, или връщане или съхранение на продукти, доставени от търговеца, но не поръчани от потребителя [...]**“.

Ако на потребителя е доставена дефектна стока, която не съответства на договора, както е предвидено в Директивата за продажбите на стоки, в рамките на срока за упражняване на правото на отказ потребителят следва да може да избира дали да задейства средствата за защита, предвидени в посочената директива или да се откаже от договора.

5.5.2. Връщане на стоки

Член 14

1. Освен ако търговецът не е предложил сам да прибере стоките, потребителят изпраща обратно стоките или ги предава на търговеца или на лице, упълномощено от търговеца да получи стоките, без неоправдано забавяне и при всички случаи не по-късно от 14 дни от деня, в който потребителят е съобщил на търговеца решението си да се откаже от договора в съответствие с член 11. Крайният срок е спазен, ако потребителят изпрати обратно стоките преди изтичането на 14-дневния срок.

Потребителят заплаща единствено преките разходи по връщането на стоките, освен ако търговецът не се е съгласил да ги заплати или ако търговецът не е уведомил потребителя, че те се заплащат от потребителя.

При договорите извън търговския обект, при които стоките са били доставени в дома на потребителя в момента на сключването на договора, търговецът прибира стоките за своя сметка, ако естеството на стоките не позволява те да бъдат върнати нормално по пощата.

В член 14, параграф 1 от потребителя се изисква да върне стоките на търговеца, като ги изпрати обратно в рамките на 14 дни, считано от деня, след като потребителят е уведомил търговеца за отказа от договора. Въпреки това, тъй като потребителят е отговорен за боравенето със стоките и намаляването на тяхната стойност по време на срока за упражняване на правото на отказ (вж. също раздел 5.5.4), следва да бъде в естествен интерес на потребителя да ги върне възможно най-бързо, вместо да изчаква изтичането на крайния срок.

Съществува изключение за **договорите извън търговския обект**. Ако стоките са били доставени в дома на потребителя в момента на сключването на договора, **търговецът трябва да прибере** за своя собствена сметка тези стоки, които „не могат обичайно да бъдат върнати по пощата“.

Това означава, че горепосоченото изискване е изключение от общото правило от член 6, параграф 1, буква и), според което търговците трябва да **информират** потребителя за разходите за връщане на стоките, които „не могат обичайно да бъдат върнати по пощата“ (вж. раздел 5.2).

Преките разходи по връщане на стоките се заплащат от потребителя освен ако търговецът не е информирал потребителя за това изискване по член 6, параграф 1, буква и) или се е съгласил да поеме разходите. Тази информация е включена също и в стандартните указания за отказ в приложение I, част А, които търговците могат да използват, за да изпълнят своето задължение за информиране на потребителя. Понятието „преки разходи“ следва да изключва всякакви административни разходи, разходи за обработка или за попълване на запасите, направени от търговеца във връзка с връщането на стоките.

Предложение от търговеца „**сам да прибере стоките**“ следва да обвързва потребителя само ако търговецът е предложил също и да **поеме разходите**. Ако това не е така и потребителят намери по-евтин и все пак надежден начин за връщане, предлаган от признат доставчик на услуги, потребителят не следва да бъде задължен съгласно директивата да приеме предложението на търговеца да прибере стоките.

5.5.3. Възстановяване на сумите, получени от потребителя

Член 13

1. Търговецът възстановява всички суми, получени от потребителя, включително, ако е приложимо, разходите за доставка, без неоправдано забавяне и във всички случаи не по-късно от 14 дни от деня, в който е бил уведомен за решението на потребителя да се откаже от договора в съответствие с член 11.

Търговецът извършва възстановяването, посочено в първа алинея, като използва същото платежно средство като това, използвано от потребителя при първоначалната трансакция, освен ако потребителят не е изразил изрично си съгласие за използването на друго платежно средство и при условие че за потребителя не възникват никакви такси в резултат от възстановяването.

2. Независимо от параграф 1 търговецът няма задължение да възстанови допълнителните разходи за доставка, ако потребителят изрично е избрал доставка, различна от най-евтиния вид стандартна доставка, предлагана от търговеца.

3. Освен ако търговецът не е предложил сам да прибере стоките, при договорите за продажба търговецът има право да отложи изплащането на сумите, докато не получи стоките обратно или докато потребителят не докаже, че е изпратил обратно стоките, в зависимост от това кое от двете събития настъпи по-рано.

В член 13, параграф 1 от търговеца се изисква да извърши възстановяването без неоправдано забавяне и **не по-късно от 14 дни** от деня, в който потребителят го е уведомил за решението да се откаже от договора.

При договорите за продажба, съгласно член 13, параграф 3 търговецът може да **отложи възстановяването на сумите след този срок само** докато получи стоките обратно или докато получи поне доказателства от потребителя, че стоките са били изпратени обратно.

Ако стоките или доказателствата са получени след изтичането на 14-дневния срок, търговецът следва да възстанови на потребителя платените суми без неоправдано забавяне. Какво представлява „неоправдано забавяне“ трябва да се преценява за всеки отделен случай; въпреки това, при нормални обстоятелства обработването на възстановяването не би трябвало да отнема повече от няколко работни дни.

Понятието „**доказателство, че е изпратил обратно стоките**“ очевидно е много важно за прилагането на член 13, параграф 3. По принцип това „доказателство“ следва да се разбира като писмен документ от утвърден доставчик на транспортни или пощенски услуги, в който са посочени изпращачът и получателят.

По принцип това доказателство не трябва задължително да включва гаранции от трети страни, че въпросните стоки са били инспектирани и проверени. Такива допълнителни услуги вероятно ще бъдат скъпи и биха могли да разколебаят потребителя да упражни правото си на отказ, което е изрично забранено от директивата (вж. съображение 47: „[...] Задълженията на потребителя в случай на отказ от договора не следва да го разколебават да упражни своето право на отказ от договора.“)

Въпреки че с член 14, параграф 2 се дава право на търговеца да държи потребителя отговорен за намалена стойност на стоките, причинена от неправилно боравене с тях в рамките на срока за упражняване на правото на отказ, съгласно член 13, параграф 3 търговецът следва да възстанови на потребителя платените суми, след като получи доказателство, че стоките са били изпратени обратно.

Ако потребителят приеме предложението на търговеца сам да прибере стоките или търговецът е предложил да ги прибере за собствена сметка, търговецът не може да се позовава на правото си да отложи възстановяването на сумите съгласно член 13, параграф 3. Това следва да осигури допълнителен стимул за търговеца да организира връщането на стоките във възможно най-кратък срок.

В член 13, параграф 1 изрично се изисква за възстановяването на платените суми търговецът да използва **същия начин на плащане** като този, използван от потребителя при първоначалната операция. По-специално търговецът следва да възстанови пълната сума, платена от потребителя във валутата на плащането:

- *Например, ако потребителят е платил чрез превод на 50 евро по банковата сметка на търговеца, търговецът следва да възстанови парите на потребителя чрез прехвърляне на същата сума обратно, като покрие също и всички такси, начислявани за това прехвърляне от банката на потребителя.*
- *Търговецът обаче не следва да покрива никакви банкови такси, платени от потребителя за първоначалното плащане.*
- *Ако банковата сметка на потребителя е в една валута, а плащането и възстановяването са извършени в различна валута, търговецът не следва да бъде отговорен за загуби, произтичащи от валутната обмяна, извършена от банката на потребителя при възстановяването.*

С член 13, параграф 1 също така се позволява на търговеца и потребителя изрично да се споразумеят за **различен метод**, например възстановяване чрез банков чек вместо превод или във валута, различна от валутата на плащане, при условие че потребителят не поема никакви такси в резултат от използването на различен метод:

- *Например, ако търговецът получи съгласието на потребителя да получи възстановяване чрез банков чек вместо с банков превод, търговецът следва да поеме всички допълнителни разходи за потребителя, например за обмен на валутата или банкови разходи, произтичащи от използването на различен метод на плащане от търговеца.*

Съображение 46 гласи следното относно използването на **ваучери**: „Възстановяването не следва да се извършва чрез ваучер, освен ако потребителят не е използвал ваучери за първоначалната сделка или не се е съгласил изрично да ги приеме“.

5.5.4. Отговорност на потребителя за неправилно боравене със стоките

Член 14

2. Потребителят отговаря само за намаляване стойността на стоките, причинено от боравене с тях, различно от необходимото, за да установи естеството, характеристиките и доброто функциониране на стоките. Потребителят в никакъв случай не носи отговорност за намалена стойност на стоките в случаите, когато търговецът не го е уведолил за правото му на отказ в съответствие с член 6, параграф 1, буква з). [...]

5. С изключение на предвиденото в член 13, параграф 2 и в настоящия член, потребителят не носи никаква отговорност за упражняване на правото на отказ.

Както е обяснено в съображение 47, потребителите могат да се откажат от договора, независимо от начина, по който е било боравено със стоките през периода на отказ: „Някои потребители упражняват правото си на отказ, след като са използвали стоките до степен, която превишава необходимото за установяване естеството, характеристиките и доброто функциониране на стоките. **В този случай потребителят следва да не губи правото си на отказ от договора, но следва да отговори за евентуално намалената стойност на стоките.** [...]“.

В тези случаи обаче с член 14, параграф 2 на потребителя се вменява отговорност „за **намаляване стойността на стоките**, причинено от боравене с тях, различно от необходимото, за да установи естеството, характеристиките и доброто функциониране на стоките“. В съображение 47 това задължение се обяснява допълнително: „[...]“. С цел да установи естеството, характеристиките и доброто функциониране на стоките **потребителят следва да борави със стоките и да ги изпроба така, както това би му било разрешено в магазин.** Например потребителят следва само да пробва дадена дреха, но не и да я носи. Следователно по време на срока, в който може да се откаже от договора, потребителят следва да борави със стоките и да ги изпроба, като полага необходимата грижа.“

Намалената стойност на стоките може да се състои по-специално от разходите за почистване и поправка и, ако стоките не могат да бъдат продадени като нови, обективно обоснованата загуба на доход за търговеца при продажбата на върнатата стока като стока втора употреба.

Дали изпробването на стоките от потребителя надхвърля това, което е било необходимо за установяване на тяхното естество, характеристики и функциониране, ще трябва да се преценява за всеки отделен случай при възникване на спор. Сравнението с това, което потребителят обикновено може да направи в магазин в сграда, служи като добра отправна точка, например:

- *преди да закупи аудио/видео и записващо оборудване, потребителят обикновено би бил в състояние да изпроба качеството на образа или звука;*

- пробването на дреха в магазин не включва отстраняването на етикетите на производителя;
- потребителят обикновено не е в състояние на практика да изпробва домакински уреди, като например кухненска техника, чието действително ползване неизбежно оставя следи;
- потребителят не би могъл да конфигурира софтуер на компютър, поради което разходите в разумни граници за всяка пренастройване на такова оборудване също биха представлявали намаляване на стойността;
- потребителят би могъл да изпробва парфюми и подобни козметични продукти, които обикновено могат да бъдат изпробвани в магазините, с помощта на безплатен тестер, който търговецът би могъл да приложи към продукта. По този начин на потребителите няма да се налага да отварят опаковката на продукта, за да упражнят правото си на установяване на естеството и характеристиките на продукта (някои козметични продукти могат да бъдат запечатани от съображения за здравна защита или хигиена, вж. раздел 5.11.4).

Следва да се има предвид, че „установяването на функционирането“ на стоките в този контекст е различно от проверката дали са без дефекти във всяко отношение. Ако стоките се окажат дефектни при последващото им използване, потребителят е защитен от Директива (ЕС) 2019/771 за продажбите на стоки.

По принцип потребителят следва да може да **отвори опаковката**, за да получи достъп до съдържанието вътре, ако подобни стоки обикновено се показват в магазините в неопаковано състояние. Следователно вредите, причинени на опаковката просто чрез отварянето ѝ, не са основание за компенсация. **Въпреки това всички защитни покрития, нанесени на този продукт, следва да бъдат премахвани само когато това е абсолютно необходимо за пробването им.**

Връщането на стоките без оригиналната опаковка ⁽¹²⁶⁾ (например кутията, съдържаща електронно устройство) или с необичайно влошена опаковка може да се счита за обезценяване на стоките.

В решението си по дело C-681/17 *slewo* Съдът на ЕС постановява, че **матраците**, покрити със защитно фолио, не попадат в обхвата на изключението от правото на отказ, предвидено в член 16, буква д), по отношение на стоки, които са били запечатани от съображения за здравна защита или хигиена и разпечатани от потребителя. Съдът на ЕС приема, че матраците могат да бъдат приравнени към дрехите, за които правото да се пробват е изрично разрешено. Поради това матраците с отстранено защитно фолио, които евентуално са били използвани от потребителя, се считат за подходящи за повторна продажба и използване от нов купувач, **доколкото търговецът е в състояние да приведе матраците (или дрехите) в състояние, подходящо за нова употреба от трета страна, без да се засягат изискванията за здравна защита или хигиена**, чрез обработка като почистване или дезинфекция ⁽¹²⁷⁾.

Същевременно Съдът на ЕС изрично посочва съществуването на пазар за матраци втора употреба ⁽¹²⁸⁾. Още по-важно е, че Съдът на ЕС се позовава и на **отговорността на потребителя за всяко намаляване на стойността на стоките** в резултат на боравене с тях, различно от необходимото за установяване на тяхното естество, характеристики и функциониране в съответствие с член 14, параграф 2.

В светлината на тези констатации подобна отговорност може да възникне, ако **е необходимо да се почисти матракът (или дрехата и сходните стоки)**, за да се продаде отново на нов купувач с оглед опазване на здравето или хигиената. Тя може да възникне и когато **така почистените стоки не могат да бъдат продадени като нови стоки, а само като стоки втора употреба** на (значително) по-ниска цена. В това отношение търговецът не трябва да въвежда в заблуждение новия купувач на почистените стоки по отношение на тяхната спецификация (нови или „употребявани“), тъй като това е важна част от характеристиките на продуктите, също и в контекста на Директивата относно нелоялни търговски практики.

По отношение на правото на отказ съгласно заменената Директива за продажбите от разстояние — Директива 97/7/ЕО, в решението си по дело C-489/07 *Pia Messner* ⁽¹²⁹⁾ Съдът на ЕС постановява, че национална правна уредба, която **възлага на потребителя тежестта да докаже**, че не е използвал тази стока през срока за отказ по начин, надхвърлящ това, което е необходимо, за да може той надлежно да упражни правото си на отказ, би могла неблагоприятно да накърни ефикасността и ефективността на правото на отказ.

Съгласно предвиденото в член 14, параграф 5 потребителят не носи никаква отговорност за упражняване на правото на отказ, с изключение на предвиденото в директивата. В това отношение с решението по делото *Messner* също се потвърждава, че продавачът не може да претендира за обезщетение за стойността, получена от потребителя в резултата на употребата на стоките през междинния период преди връщането им на търговеца ⁽¹³⁰⁾.

⁽¹²⁶⁾ Това се отнася за опаковката, предназначена за този продукт, която е част от маркетинговото му представяне. Потребителите трябва да имат право да заменят всяка широко разпространена опаковка, предназначена единствено за защита на стоките при транспортиране.

⁽¹²⁷⁾ C-681/17, *slewo*, EU:C:2019:255, точки 43—46.

⁽¹²⁸⁾ Пак там, точка 42.

⁽¹²⁹⁾ C-489/07, *Messner*, EU:C:2009:502, точка 27.

⁽¹³⁰⁾ Пак там, параграфи 22—24.

В ДПП не е уредено **прилагането на отговорността на потребител** за намалената стойност на стоките. По-специално в нея не се посочва дали тази отговорност предполага единствено, че търговецът може да завежда съдебни дела срещу потребителя, или че търговецът може едностранно да налага такси на потребителя за щетата или да намалява размера на сумата, която следва да бъде възстановена на потребителя, за да компенсира претендираната намалена стойност на стоките.

Както е посочено в член 3, параграф 5, тези въпроси са предмет на общото договорно право и процесуалните закони на държавите членки. Например държавите членки могат да позволят на търговците да намалят възстановената сума за върнати стоки, за да се покрие тяхната намалена стойност поради неправилно боравене с тях по време на срока за упражняване на правото на отказ.

Съгласно член 14, параграф 2 „потребителят в никакъв случай не носи отговорност за намалена стойност на стоките в случаите, когато търговецът не го е уведомил за правото му на отказ в съответствие с член 6, параграф 1, буква з)“.

Друга последица от непредоставянето на такова уведомление съгласно член 10 от директивата е, че **срокът за отказ се удължава с до 12 месеца**. Това означава, че потребителят може да се откаже от договора след значителен период от време, през който той ефективно е използвал стоките, без да носи никаква отговорност за произтичащото от това повреждане и износване (вж. също раздел 5.3 относно последиците от непредоставянето на потребителите на информация за правото на отказ).

Член 6, параграф 1, буква з) не съдържа конкретно изискване за информиране на потребителя относно отговорността за намалената стойност на стоките при упражняване на правото на връщане. Информацията за намалената стойност на стоките е включена обаче в стандартните указания за отказ, предвидени в приложение I, част А. Предоставянето на тази информация може да бъде полезно както за потребителите, така и за търговците, дори когато търговецът не прилага тези стандартни указания.

5.5.5. Риск при връщането на стоките на търговеца

Директивата не урежда кой носи риска за **случайна повреда или загуба по време на връщането на стоките**, когато потребителят се откаже от договора. Поради това този въпрос също е предмет на националното право, което може например да предвижда, че рискът при връщането на стоките се носи от потребителя, след като той му бъде прехвърлен при доставката в съответствие с член 20.

По принцип при връщането на стоките потребителят следва да положи дължимата грижа, например чрез избора на утвърден доставчик на транспортни или пощенски услуги, за да се гарантира, че стоките ще стигат до търговеца и няма да бъдат повредени при транспортирането.

Когато потребителят **никога не е влизал във владение на стоките**, например като е отказал да приеме доставката, било без каквото и да е изрично заявление, или със заявление до търговеца относно отказа от договора, търговецът ще продължи да носи риска от загуба или вреда, тъй като прехвърлянето на риска на потребителя няма да се е осъществило съгласно член 20.

5.6. Право на отказ от договори за услуги и за комунални услуги

5.6.1. Съгласие на потребителя за незабавно изпълнение

В член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8 от ДПП се определят формалните изисквания, приложими в случаите, когато потребителите желаят да започнат изпълнението на договори за услуги извън търговския обект и от разстояние или договори за комунални услуги преди изтичането на срока на правото на отказ. Двете разпоредби са формулирани по идентичен начин с изключение на това, че в член 7, параграф 3 се изисква търговецът да получи искането на потребителя за незабавно изпълнение на траен носител:

Член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8

Когато потребителят желае предоставянето на услугите или доставката на вода, газ или електрическа енергия, когато те не се предлагат за продажба, опаковани в ограничен обем или в определено количество, или за централно отопление да започне по време на срока за отказ, предвиден в член 9, параграф 2, и договарят предвижда задължение за потребителя да плати, търговецът изисква от потребителя да направи [горепосоченото] (*) **изрично искане** върху [траен носител] (*) и да потвърди, че след като договарят е изцяло изпълнен от търговеца, потребителят повече няма да има право на отказ.

(*) да се посочат допълнителните елементи в член 7, параграф 3

Тези разпоредби се прилагат, ако потребителят желае предоставянето на услугата или комуналната услуга да започне по време на срока за упражняване на правото на отказ. Тези правила обаче не следва да възпрепятстват търговеца активно да предлага на потребителя да отпрати такова искане. В същото време търговецът не е длъжен да предлага тази възможност или да приема искането на потребителя.

Съгласно член 14, параграф 3 потребителят може да се откаже от предоставянето на услуги или комунални услуги **дори след като е отправил изрично искане**. Това е потвърдено и в съображение 50: „потребителят следва да се ползва от правото си на отказ дори в случаите, когато е поискал предоставянето на услуги преди изтичането на срока за отказ“.

По отношение обаче на **договорите за услуги**, съгласно член 16, първа алинея, буква а) потребителят губи правото си на отказ, когато услугата е напълно изпълнена, при спазване на определени условия:

Член 16

„Държавите членки не предоставят правото на отказ, предвидено в членове 9—15 за договори от разстояние или договори извън търговския обект, по отношение на:

- а) договори за предоставяне на услуга, при които услугата е напълно изпълнена, но, в случай че договорът предвижда задължение за потребителя да плати, само **когато изпълнението е започнало с предварителното изрично съгласие и потвърждение на потребителя, че ще загуби правото си на отказ, след като договорът бъде изцяло изпълнен от търговеца;**“

Член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8 от ДПП са изменени с Директива (ЕС) 2019/2161. С изменението се осигурява съответствие с член 16, първа алинея, буква а). По-специално, сега в член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8 се съдържат същите две изисквания като в член 16, първа алинея, буква а): 1) искане от страна на потребителя за незабавно изпълнение и 2) потвърждение от страна на потребителя, че след като договорът бъде изцяло изпълнен от търговеца, потребителят вече няма да има право на отказ.

В изменените текстове също така се пояснява, че тези изисквания се прилагат само за платени услуги. Това беше необходимо в контекста на разширяването на обхвата на ДПП в областта на цифровите услуги съгласно член 3, параграф 1а ⁽¹³¹⁾.

Неспазването от страна на търговеца на изискването да получи искане от потребителя за незабавно изпълнение води до последните, предвидени в член 14, параграф 4, буква а), т.е. правото на потребителя да не поема разходите за услугата или комуналните услуги — вж. по-нататък раздел 5.8.

Терминът „изрично съгласие“ на потребителя в член 16, първа алинея, буква а), следва да се тълкува като „изрично искане“, изисквано съгласно член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8.

По аналогия с правилата относно допълнителните плащания съгласно член 22, термините „изрично искане/съгласие“ в този контекст следва да се тълкуват като предполагащи **утвърдително действие от страна на потребителя**, като например поставяне на отметка в поле на уебсайта. Използването на поле с предварително поставена отметка или на клауза в общите условия за тази цел не би отговаряло на тези изисквания ⁽¹³²⁾.

Изричното съгласие и потвърждение от страна на потребителя **може да бъде получено преди, по време или след сключването на договора**, стига това да стане преди началото на изпълнението. Искането и потвърждението от страна на потребителя могат да бъдат изразени едновременно. Изискванията на член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8, както и на член 16, първа алинея, буква а) могат да бъдат изпълнени например чрез следната формула:

— [...] С настоящото отправям искане за [незабавно изпълнение или изпълнение на/от конкретна дата по време на срока за отказ] на договора за услуги и потвърждавам, че ще загубя правото си на отказ от договора, след като договорът за услугата бъде изцяло изпълнен.

За договор извън търговския обект, за който се прилага член 7, параграф 3, изискването за „траен носител“ ще бъде изпълнено, когато искането и потвърждението на потребителя са записани на средство, което позволява на страните да съхраняват информацията по начин, достъпен за справка в бъдеще, и който позволява непроменено възпроизвеждане (за повече информация вж. раздел 4.4). По принцип отбелязването от потребителя на поле в документа за поръчка е достатъчно, ако искането и потвърждението са възпроизведени по подходящ начин в копието, предоставено на потребителя.

⁽¹³¹⁾ Относно необходимостта от привеждане в съответствие вж. съображение 42 от Директива (ЕС) 2019/2161.

⁽¹³²⁾ Например в решението си по дело C-673/17 Planet49, EU:C:2019:801, точка 65, по отношение на обработването на лични данни Съдът на ЕС постановява, че изискванията за съгласие няма да бъдат изпълнени, когато съответното поле е било предварително отбелязано от администратора.

5.6.2. Задължение на потребителя за обезщетение

Член 14

3. Когато потребителят упражнява правото си на отказ, след като е отправил искане в съответствие с член 7, параграф 3 или член 8, параграф 8, той заплаща на търговеца сума, пропорционална на това, което е било действително предоставено до момента, в който потребителят е уведомил търговеца за упражняването на правото си на отказ, съпоставена с общата сума по договора. Пропорционалната сума, която потребителят трябва да заплати на търговеца, се изчислява на базата на крайната цена, уговорена в договора. Ако общата цена е прекомерна, пропорционалната сума се изчислява на базата на пазарната стойност на това, което е било действително предоставено.

Ако потребителят се откаже от договора по време на срока за упражняване на правото на отказ, след като е поискал неговото незабавно изпълнение, член 14, параграф 3 изисква от потребителя да заплати на търговеца **сума, пропорционална** на това, което е било предоставено, въз основа на общата договорена цена:

— Например потребител, който се откаже от договор за мобилни телефонни услуги след използване на услугата в продължение на 10 дни, би трябвало да заплати на търговеца една трета от месечния абонамент⁽¹³³⁾, както и цената на всякакви допълнителни услуги, получени през този период.

Когато предоставянето на услуги включва еднократни разходи за търговеца, за да бъдат тези услуги предоставени на потребителя, търговецът може да ги включи в изчислението на компенсацията:

— Например търговецът може да включи разходите за монтажни работи на мястото на живеене на потребителя, които са били извършени като част от договор за стационарни електронни съобщителни услуги преди отказването на потребителя от договора.

Компенсацията обаче следва да се изчислява въз основа на **пазарната стойност** на това, което е било действително предоставено, ако общата цена е прекомерна. Полезни разяснения относно начина на определяне на пазарната стойност са предоставени в съображение 50, в което се посочва: „[...] Изчислението на пропорционалната сума следва да се основава на цената, уговорена в договора, освен ако потребителят не докаже, че крайната цена е непропорционална, като в този случай дължимата сума следва да се изчислява въз основа на пазарната стойност на предоставената услуга. Пазарната стойност следва да се определя чрез сравняване с цената на равностойна услуга, предоставена от други търговци в момента на сключване на договора. [...]“

Съображение 14 се отнася за прилагането от държавите членки на правилата „относно прекалено високите или прекомерните цени“, които могат да бъдат от значение за прилагането на член 14, параграф 3.

В решението си по дело C-641/19 *PE Digital* Съдът на ЕС пояснява, че при прилагането на член 14, параграф 3 за определяне на пропорционалната сума, която потребителят трябва да плати на търговеца, когато този потребител се откаже от този договор, след като изрично е поискал изпълнението на услугата да започне през срока за отказ, по принцип е уместно да се вземе предвид цената, договорена в договора за целия му срок, и **да се изчисли дължимата сума pro rata temporis**.

При изчисляването на сумата, дължима на търговеца съгласно член 14, параграф 3, пълната цена за такава услуга следва да се вземе предвид само когато в договора е изрично предвидено, че i) една или повече от услугите трябва да бъдат **предоставени изцяло от началото** на изпълнението на договора ii) на цена, която трябва да бъде **платена отделно**⁽¹³⁴⁾.

Съдът на ЕС уточнява в решението си по дело *PE Digital*, че **проверката за прекомерност на компенсацията, искана от търговеца, се основава на пазара**. Съгласно член 14, параграф 3 от ДПП във връзка със съображение 50 на директивата, в този анализ следва да се вземе предвид цената на услугата, предлагана от търговеца на други потребители при същите условия, и цената на равностойната услуга, предоставяна от други търговци в момента на сключване на договора⁽¹³⁵⁾.

⁽¹³³⁾ Вж. също член 3, параграф 2, буква г) от Регламент (ЕИО, Евратом) № 1182/71, който гласи, че „ако един период включва части от месеци, за целите на изчисление на тези части месецът се разглежда като съставен от **тридесет дни**.“

⁽¹³⁴⁾ C-641/19 *PE Digital*, EU:C:2020:808, точки 29 и 32.

⁽¹³⁵⁾ Пак там, точка 37.

Когато услуги **се предоставят по силата на договор за продажба**, в съображение 50 се посочва следното: „[...]За договори, илаци за предмет както стоки, така и услуги, правилата, предвидени в настоящата директива относно връщането на стоки, следва да се прилагат към частта относно стоките, а **правилата за заплащане на услугите би трябвало да се прилагат по отношение на частта относно услугите**“.

Правилата за заплащане на услугите, предоставени през срока за упражняване на правото на оттегляне, са установени в член 14, параграф 3 и параграф 4, буква а) — вж. също раздел 5.8.2. Следователно, в случаите когато услугата се предоставя по време на срока за упражняване на правото на отказ от договора за продажба (например незабавно при доставянето на стоките), търговецът следва също да получи и **изричното искане на потребителя услугата да бъде предоставена** по време на срока за упражняване на правото на отказ, ако желае да получи компенсация за тази услуга, в случай че потребителят се откаже от договора:

— *Например договор за продажба от разстояние или извън търговския обект може да предвижда доставка и монтаж на домакински уред. Ако потребителят изрично поиска от търговеца да монтира уреда веднага след доставката му, но след това реши да се откаже от договора в рамките на срока за упражняване на правото на отказ (14 дни от доставката), търговецът има право на обезщетение за разходите за монтаж (в допълнение към обезщетението за намалената стойност на уреда, ако е приложимо).*

Задължението на търговеца да поиска от потребителя да потвърди, че след като договорът бъде изцяло изпълнен от търговеца, потребителят вече няма да има право на отказ, което беше добавено към член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8 с Директива (ЕС) 2019/2161, **не е приложимо в случай на услуги, предоставяни съгласно договори за продажба**. Това задължение се отнася само за договорите за услуги, тъй като изключението от правото на отказ, предвидено в член 16, първа алинея, буква а), се прилага само за договорите за услуги.

5.7. **Право на отказ от договори за цифрово съдържание онлайн**

Правото на отказ от договори за цифрово съдържание онлайн е разгледано в предишния раздел 5.6, който се отнася до договорите за услуги като цяло.

Специфичните ограничения на правото на отказ от **договори за цифрово съдържание онлайн** са посочени в член 16, първа алинея, буква м).

С Директива (ЕС) 2019/2161 тази разпоредба е изменена, като е добавено трето условие, което търговецът трябва да изпълни, за да може потребителят да загуби правото си на отказ от договора. Това е в съответствие с условията в член 14, параграф 4, буква б), която се отнася до последиците от неспазването на изискванията за информация/формалните изисквания.

Член 16

Държавите членки не предоставят правото на отказ, предвидено в членове 9—15 за договори от разстояние или договори извън търговския обект, по отношение на:

[...] м) договори за предоставяне на цифрово съдържание, което не се предоставя на материален носител, когато изпълнението е започнало и ако договорът задължава потребителя да плати, когато:

- i) потребителят е дал предварително изрично съгласие за започване на изпълнението по време на срока за отказ;
- ii) потребителят е потвърдил, че по този начин ще загуби правото си на отказ; както и
- iii) търговецът е предоставил потвърждение в съответствие с член 7, параграф 2 или член 8, параграф 7.

Целта на член 16, първа алинея, буква м) е сходна с тази на правилото в член 16, първа алинея, буква и) за изключване на запечатаните материални носители на данни (CD, DVD и др.) от правото на отказ, ако потребителят ги разпечатва. Това означава, че и в двата случая, за разлика от правилата за отказ от предоставяне на услуги (вж. раздел 5.6), **потребителят няма право на „изпробване“ на цифровото съдържание** по време на срока за отказ.

Следователно потребителят ще загуби правото на отказ, когато изпълнението на договора е започнало с негово съгласие и потвърждение, че ще загуби това право, ако търговецът е предоставил потвърждение на договора. Както е предвидено в член 7, параграф 2 относно договорите, сключени извън търговския обект, и в член 8, параграф 7 относно договорите, сключени от разстояние, това потвърждение трябва да включва и потвърждение на предварителното изрично съгласие и потвърждение от страна на потребителя (вж. също раздел 4.4 относно потвърждаването на договора).

Изпълнението започва с изтеглянето или стрийминга на видео или аудио файл. Ако търговецът предлага уеб връзка за започване на стрийминга или изтеглянето, потребителят ще загуби правото на отказ след задействане на тази връзка.

Изричното съгласие и потвърждение от страна на потребителя може да бъде получено преди, по време или след сключването на договора, стига това да стане преди началото на изпълнението. В член 7, параграф 2 и член 8, параграф 7 от ДПП изрично се изисква потвърждаването на договора да включва потвърждение на предварителното изрично съгласие на потребителя и потвърждение в съответствие с член 16, първа алинея, буква м). Следователно, когато потребителят даде съгласие за незабавно изпълнение и потвърждение, след като търговецът вече е изпратил потвърждение на договора, търговецът трябва да предостави на потребителя отделно допълнително потвърждение на това съгласие и потвърждение, преди да започне изпълнението.

„Изричното“ съгласие и потвърждение за целите на член 16, първа алинея, буква м) следва да се тълкува по аналогия с правилата за изрично съгласие, предвидени в член 22 относно допълнителните плащания за допълнителни услуги. Това означава, че потребителят трябва да предприеме **утвърдително действие**, като например отбелязване с отметка на поле на уебсайта на търговеца. Изразяването на съгласие и потвърдението посредством предварително поставена отметка в поле или приемане на общите условия не би отговаряло на изискванията на член 16, първа алинея, буква м).

Изричното съгласие на потребителя и потвърдението могат да бъдат дадени в едно изявление, с което се предава и информация за изключението от правото на отказ, както се изисква съгласно член 6, параграф 1, буква к), например:

— [...] *С настоящото давам съгласието си за незабавно изпълнение на договора и потвърждавам, че ще загубя правото си на отказ от договора, след като изтеглянето или предаването в реално време на цифрово съдържание е започнало.*

Търговецът трябва да спазва задълженията за предоставяне на информацията относно правото на отказ съгласно член 6, параграф 1, буква з). Не е необходимо търговецът да предоставя информацията по член 6, параграф 1, буква з), включително стандартния формуляр за отказ, изложен в приложение I, част Б, единствено в случай на договори за цифрово съдържание онлайн, които се **изпълняват незабавно след като потребителят даде съгласие и потвърждение, с което започва изпълнението** на договора.

5.8. **Последици от непоставянето на информация за правото на отказ**

Съгласно член 6, параграф 1 търговецът трябва да предостави на потребителя преддоговорна информация по ясен и разбираем начин. По-специално, когато съществува право на отказ, в член 6, параграф 1, буква з) се изисква търговецът да запознае потребителя с условията, срока и процедурите за упражняване на това право, както и със стандартния формуляр за отказ, посочен в приложение I, част Б⁽¹³⁶⁾. Неизпълнението на тези задължения води до последиците по член 10, параграф 1, който предвижда **удължаване на срока за упражняване на правото на отказ** за всички договори. Ако търговецът не предостави тази информация, срокът за отказ се удължава с 12 месеца.

Член 10

1. Ако търговецът не е информирал потребителя за правото му на отказ, както се изисква съгласно член 6, параграф 1, буква з), срокът за отказ изтича 12 месеца след края на първоначалния срок за отказ, определен съгласно член 9, параграф 2.

В член 10, параграф 2 се разглежда случаят, когато търговецът предоставя информацията, изисквана в член 6, параграф 1, буква з), със закъснение в **рамките на 12 месеца** от края на първоначалния срок за отказ, изчислен съгласно член 9, параграф 2. В този случай срокът за отказ от договора **изтича 14 дни след деня, в който потребителят е получил тази информация**.

Член 10

2. Ако търговецът е предоставил на потребителя информацията, предвидена в параграф 1 от настоящия член в срок от 12 месеца, считано от деня, посочен в член 9, параграф 2, срокът за отказ изтича след 14 дни или в случаите, когато държавите членки са приели правила в съответствие с член 9, параграф 1а, след 30 дни след деня, в който потребителят е получил тази информация.

⁽¹³⁶⁾ При спазване на специфичните правила по член 8, параграф 4 — вж. раздел 5.2.3

5.8.1. *Последици по отношение на стоките*

В допълнение към гореспоменатото удължаване на срока за отказ от договора, **по отношение на стоките** в член 14, параграф 2 е предвидено, че **потребителите не носят отговорност за намалената стойност на стоките**, ако търговецът не ги е информирал за правото на отказ от договора в съответствие с член 6, параграф 1, буква з).

Член 14

2. Потребителят отговаря само за намаляване стойността на стоките, причинено от боравене с тях, различно от необходимото, за да установи естеството, характеристиките и доброто функциониране на стоките. Потребителят в никакъв случай не носи отговорност за намалена стойност на стоките в случаите, когато търговецът не го е уведомил за правото му на отказ в съответствие с член 6, параграф 1, буква з).

Що се отнася до индивидуализираните или бързо развалящите се стоки (вж. раздели 5.11.2 и 5.11.3), които са безусловно **освободени от правото на отказ съгласно член 16**, първа алинея, букви в) и г), в ДПП не са посочени последиците от неспазването от страна на търговеца на изискването за предоставяне на информация относно липсата на право на отказ в съответствие с член 6, параграф 1, буква к). В този случай обаче непредоставянето на потребителя на информация за липсата на право на отказ може да представлява нелоялна търговска практика (заблуждаващо бездействие), забранена от Директива 2005/29/ЕО относно нелоялни търговски практики, ако води до вземане на решение за сделка, което потребителят не би взел в противен случай.

5.8.2. *Последици по отношение на услугите и комуналните услуги*

Що се отнася до услугите (включително цифровите услуги) и комуналните услуги, в член 14, параграф 4, буква а) се предвижда, че потребителят не поема никакви разходи, т.е. потребителят има право или да възстанови платената сума, или да не плати, **ако търговецът не е предоставил необходимата информация за правото на отказ съгласно член 6, параграф 1, буква з) или й)** или ако потребителят не е поискал изрично предоставянето на услугата да започне по време на срока за упражняване на правото на отказ в съответствие с член 7, параграф 3 или член 8, параграф 8.

Член 14

4. Потребителят не дължи разходи за:

- а) предоставяне на услуги или доставка на вода, газ или електрическа енергия, когато те не се предлагат за продажба, опаковани в ограничен обем или определено количество, или за централно отопление, изцяло или отчасти, извършени по време на срока за отказ, когато:
 - i) търговецът не е предоставил информация съгласно член 6, параграф 1, буква з) или й); или
 - ii) потребителят не е поискал изрично изпълнението да започне по време на срока за отказ в съответствие с член 7, параграф 3 и член 8, параграф 8; [...]

Следователно в тези случаи потребителят може да се откаже от договора за услуги или от договора за комунални услуги, чието **изпълнение е започнало и все още продължава** през удължения период от **12 месеца** от края на първоначалния срок за отказ, изчислен съгласно член 9, параграф 2, и няма да дължи **никакви разходи** за предоставените услуги.

Ако **търговецът информира потребителя за правото на отказ в рамките на 12 месеца** от края на първоначалния срок за отказ, изчислен съгласно член 9, параграф 2, потребителят може да се откаже от договора в срок от 14 дни след деня, в който е получил информацията, **без да дължи каквито и да било разходи за услугите, предоставени до момента, в който е бил информиран за правото на отказ.**

Потребителят няма да дължи никакви разходи за това, което е било предоставено, също и когато предоставянето на услуги или комунални услуги е **било завършено (напълно изпълнено)** преди упражняването на правото на отказ, включително по време на удължения срок по член 10, освен когато търговецът е спазил формалните изисквания по член 7, параграф 3 или член 8, параграф 8, което води до загуба на правото на отказ от страна на потребителя в съответствие с член 16, първа алинея, буква а) (за повече информация вж. раздел 5.6.1).

5.8.3. Последници, свързани с цифровото съдържание онлайн

По отношение на договорите за цифрово съдържание онлайн, ако някое от трите условия, предвидени в член 16, първа алинея, буква м), не е изпълнено (вж. раздел 5.7) и потребителят упражни правото си на отказ, се прилага член 14, параграф 4, буква б), който дава право на потребителя или да не плаща за полученото съдържание, или да му бъдат възстановени платените суми:

Член 14

4. Потребителят не дължи разходи за:

[...]

- б) при доставянето изцяло или отчасти на цифрово съдържание, което не се доставя на материален носител, когато:
 - i) потребителят не е дал предварителното си изрично съгласие за започване на изпълнението преди изтичането на 14-дневния срок, посочен в член 9;
 - ii) потребителят не е потвърдил, че знае, че, давайки съгласието си, губи правото си на отказ; или
 - iii) търговецът не е предоставил потвърждение в съответствие с член 7, параграф 2 или член 8, параграф 7.

5.9. Прекратяване на договора след упражняването на правото на отказ

Член 12

Упражняването на правото на отказ прекратява задълженията на страните:

- а) да изпълнят договора от разстояние или договора извън търговския обект; или
- б) да сключат договор от разстояние или договор извън търговския обект в случаите, когато потребителят е направил предложение.

В член 12 се посочва, че упражняването на правото на отказ води до прекратяване на задълженията на страните да изпълняват договора, по-специално задължението на потребителя да плати или да сключи договора, ако потребителят е направил предложението.

Съгласно член 3, параграф 2 това правило обаче не засяга други специфични за отделните сектори правила на ЕС относно прекратяването на договори.

— Например в Директива (ЕС) 2019/944 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹³⁷⁾ относно вътрешния пазар на електроенергия и в Директива 2009/73/ЕО относно вътрешния пазар на природен газ ⁽¹³⁸⁾ е предвидено, че ако даден клиент, при спазване на договорните условия, пожелае да смени доставчика си, то съответният оператор/съответните оператори трябва да извършат смяната в срок от три седмици.

Следователно, когато даден потребител реши да се откаже от договор за електроенергия или газ и да премине към нов доставчик, предишният доставчик и потребителят могат да продължат да бъдат обвързани от договора си за до три седмици, като дерогация от правилата в член 14, параграф 3 относно компенсацията за това, което е било предоставено преди отказа.

⁽¹³⁷⁾ Директива (ЕС) 2019/944 на Европейския парламент и на Съвета от 5 юни 2019 г. относно общите правила за вътрешния пазар на електроенергия и за изменение на Директива 2012/27/ЕС (ОВ L 158, 14.6.2019 г., стр. 125), член 12, параграф 1: „Смяната на доставчик или на участник на пазара, извършващ агрегиране, се осъществява във възможно най-кратък срок. Държавите членки гарантират, че клиент, който спазва договорните условия и желае да смени доставчика си или участник на пазара, извършващ агрегиране, има право на смяна в срок от максимум три седмици от датата на искането.[...]“

⁽¹³⁸⁾ Член 3, параграф 6 от Директива 2009/73/ЕО: „Държавите членки гарантират, че:

- а) когато клиент пожелае да смени доставчика си, при спазване на договорните условия, промяната се извършва от съответния оператор/съответните оператори в рамките на три седмици, както и
- б) клиентите имат право да получат всички данни, свързани с потреблението.“

5.10. Допълнителни договори

Член 15

1. Без да се засяга член 15 от Директива 2008/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 г. относно договорите за потребителски кредити, ако потребителят упражни правото си на отказ от договор от разстояние или от договор извън търговския обект в съответствие с членове 9—14 от настоящата директива, всички допълнителни договори се прекратяват автоматично без разходи за потребителя, с изключение на предвиденото в член 13, параграф 2 и член 14 от настоящата директива.
2. Държавите членки определят начина за прекратяване на тези договори.

В член 2, параграф 15 допълнителният договор се определя като: „договор, по силата на който потребителят придобива стоки или услуги във връзка с договор от разстояние или с договор извън търговския обект, като тези стоки и услуги се предоставят от търговеца или от трето лице въз основа на договореност между третото лице и търговеца“, например:

- договор за доставка, поддръжка или монтаж;
- застрахователен договор и договор за кредит за финансиране на покупката;
- допълнителна търговска гаранция.

Въпреки че като цяло са изключени от приложното поле на директивата по силата на член 3, параграф 3, буква г), всички допълнителни застрахователни договори и договори за кредит следва да бъдат прекратени в съответствие с член 15.

Следва да се прецени връзката между отделните свързани договори, за да се определи кой е основният договор и кой — допълнителният договор към него:

- Например, когато посредством отделни договори с един и същ търговец потребителят закупува мобилни телефонни услуги и мобилен смартфон, който се заплаща на вноски, фактурирани ежесечно заедно с основната абонаментна такса, договърът за услуги следва да се счита за основен договор. Това не следва да възпрепятства потребителя да се откаже отделно само от допълнителния договор за продажбата, като в същото време запази договора за услугата.

Когато допълнителният договор е в приложното поле на директивата (например договор за доставка или монтаж), потребителят следва да компенсира търговеца за разходите за това, което вече е предоставено, в съответствие с член 13, параграф 2 и член 14.

От друга страна, ако допълнителният договор като цяло е извън обхвата на директивата (например застрахователен договор или договор за кредит), последиците от прекратяването ще се регламентират от правилата, предвидени в специфичното за отделните сектори или общото договорно право на държавите членки.

Подробните правила относно прекратяването на допълнителни договори трябва да бъдат определени от държавите членки. Те могат да включват например задължението на търговеца да информира всеки друг съответен търговец, когато бъде уведомен от даден потребител за решението на потребителя да се откаже от основния договор.

5.11. Изключения от правото на отказ

В член 16, първа алинея са посочени 13 договора/ситуации, в които потребителят няма право на отказ или губи това право при определени условия.

Освен това с Директива (ЕС) 2019/2161 се въвеждат две възможности за избор на нормативна уредба от държавите членки в случай на договори, сключени в контекста на нежелани посещения, организирани от търговец в дома на потребителя, или на екскурзии, както и в случай на изрично поискани от потребителя ремонти.

Следните ситуации или договори заслужават да им се обърне особено внимание тук. Изключенията по отношение на изцяло изпълнените договори за услуги и договори за цифрово съдържание онлайн са разгледани отделно съответно в раздели 5.6 и 5.7.

5.11.1. Стоки или услуги, чиято цена зависи от колебанията на финансовия пазар

Член 16

- б) доставка на стоки или услуги, чиято цена се променя в зависимост от колебания на финансовия пазар, които не могат да бъдат контролирани от търговеца и които могат да настъпят по време на срока за отказ;

В съображение 43 от Директива (ЕС) 2019/2161 се пояснява, че договорите за индивидуални доставки на несвързана с мрежата енергия следва да бъдат изключени от правото на отказ съгласно член 16, първа алинея, буква б), тъй като „нейната цена зависи от колебанията на стоковите пазари или на енергийните пазари, които не могат да бъдат контролирани от търговеца и които могат да настъпят по време на срока за отказ.“

5.11.2. Стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани

Член 16

в) доставка на стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани;

„Стоки, изработени по поръчка на потребителя“ са определени в член 2 от ДПП като „стоки, които не са изработени предварително, а въз основа на индивидуален избор или решение на потребителя“. В съображение 49 от директивата „завеси по поръчка“ са посочени като пример за стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани.

Тъй като това правило е изключение от по-общото правило на директивата, което дава на потребителите право на отказ от договори от разстояние/договори извън търговския обект, то трябва да се тълкува ограничително.

Следователно това изключение следва да включва например:

- стоки, за които потребителят е предоставил спецификации, като например терки за мебели или размер на текстилен продукт;
- стоки, за които потребителят е поискал конкретни персонализирани опции, като например конкретен дизайн за автомобил по поръчка или специфичен компонент за компютър, който трябва да бъде индивидуално доставен за тази конкретна поръчка и който не е бил част от общата публична оферта на търговеца;
- адресни етикети с информация за контакт с потребителя.

Спецификация/персонализиране в този контекст следва да означава, че стоките по принцип са уникални и произведени в съответствие с индивидуалните желания и изисквания, посочени от потребителя и договорени с търговеца.

За разлика от това, когато потребителят просто комбинира стоките като избира от стандартните (предварително определени) варианти, предложени от търговеца, не би трябвало да е възможно да се говори нито за „спецификация“, нито за „персонализиране“ в тесния смисъл на тази разпоредба. Следователно изключението няма да се прилага в следните примери:

- избор на мебели с определен цвят или текстура от каталога на производителя;
- автомобил с допълнително оборудване, избрано от каталога на производителя;
- комплект мебели въз основа на стандартни елементи.

Освен това изключението не се прилага за **договори за услуги, които водят до материални резултати**. В решението си по дело C-208/19 NK (проект за еднофамилна къща) Съдът на ЕС постановява, че договорът между архитект и потребител, съгласно който първият е задължен да изготви проекти за изграждането на нова сграда, не може да се разглежда като попадащ в обхвата на член 16, буква в) от ДПП. Въпреки че проектът може да бъде предоставен в материална форма (на хартия или в цифров вид), предметът на договора е интелектуална услуга — архитектурен проект, а последващата доставка има само спомагателна функция ⁽¹³⁹⁾.

В мотивите си Съдът на ЕС подчертава значението на творческия процес за появата на материалния резултат като решаващ фактор за класифицирането на договора. Подобни разсъждения могат да се приложат и за други интелектуални услуги (например предоставяне на счетоводни или правни консултации или фотографирание на семейни събития), чиито резултати могат да бъдат представени в материална форма.

За разлика от това, когато се прилага изключението, ограничението на правото на отказ от договори за доставка на стоки, изработени по спецификация на потребителя и недвусмислено персонализирани, е абсолютно и **не зависи от това дали търговецът е започнал работа по поръчката или не**. Същото е потвърдено в решението по дело C-529/19 *Möbel Kraft*, където Съдът на ЕС отбелязва, че това е единственото тълкуване на член 16, буква в) от ДПП, което може да осигури правна сигурност — една от целите на директивата съгласно съображения 7 и 40 от нея ⁽¹⁴⁰⁾. Съществуването на правото на отказ на

⁽¹³⁹⁾ C-208/19, NK (проект за еднофамилна къща), EU:C:2020:382, точки 58–59.

⁽¹⁴⁰⁾ C-529/19, *Möbel Kraft*, EU:C:2020:846, точки 27–29.

потребителя би било спорно, ако то зависи от състоянието на изпълнението на договора от страна на търговеца — състояние, за което потребителят по принцип не е информиран и по отношение на което няма никаква възможност за влияние. Освен това подобно тълкуване не би било съвместимо със задължението на търговеца да предоставя ясна предоговорна информация.

5.11.3. Стоки, които е вероятно бързо да влошат качеството си или имат кратък срок на годност

Член 16

г) *доставка на стоки, които е вероятно да влошат качеството си или имат кратък срок на годност;*

„Вероятност за бързо влошаване на качеството или кратък срок на годност“ е обективна характеристика на съответните стоки. Някои от очевидните примери за стоки, които е вероятно бързо да влошат качеството си или имат кратък срок на годност, посочени в буква г), са:

- *храни и напитки с кратък срок на годност, включително тези, които трябва да се съхраняват в хладилник;*
- *доставки от ресторанти за вкъщи;*
- *свежи цветя.*

В случая обаче на абонаментни **договори за редовни доставки от ресторанти за вкъщи**, въпреки че не съществува право на отказ от действителната доставка, потребителят все пак може да се откаже от абонамента съгласно правилата за право на отказ от „редовна доставка на стоки“ в съответствие с член 9, параграф 2, буква б), подточка iii), т.е. 14 дни след получаването на първата доставка.

По своята същност **растенията** имат ограничен жизнен период, през който се запазват техните характеристики. По принцип изискването за активна намеса от някого (например фирма за доставка, потребител), за да се запазят техните характеристики, прави тези растения обективно различни от други стоки (текстилни изделия, електронно оборудване и т.н.). При тези други стоки липсва „вероятност за бързо влошаване на качеството или кратък срок на годност“, ако се съхраняват при подходящи условия, като от потребителя се изисква само да се въздържа от излагането им на необичайни условия, преди да ги изпрати обратно, за да избегне отговорността, произтичаща от член 14, параграф 2.

Поради това е необходимо да се извършва оценка на всеки отделен случай, като се вземат предвид грижите, необходими за запазване на характеристиките на растенията за по-дълъг период от време, включително в случай на връщане от потребителя. Следователно правото на отказ следва да се прилага само в случаите, когато за съответните растения липсва „вероятност за бързо влошаване на качеството или кратък срок на годност“.

5.11.4. Стоки, запечатани поради съображения, свързани със защитата на здравето, или по хигиенни причини

Член 16

д) *доставка на запечатани стоки, които не могат да бъдат върнати поради съображения, свързани със защитата на здравето, или по хигиенни причини и които са разпечатани след доставката и;*

За да бъде даден продукт освободен от правото на отказ по буква д), използването на запечатана опаковка, която може да се състои от защитна обвивка или фолио, трябва да е обусловено от реални причини, свързани със защитата на здравето или хигиената. Това изключение може да се прилага например за следните стоки, ако те са разпечатани от потребителя след доставката:

- *козметични продукти, като например червила;*
- *четки за зъби, сапунбръсначки и други подобни средства за лична хигиена.*

В решението си по дело C-681/17 *slewo* Съдът на ЕС постановява, че това изключение не се прилага за матраци. Съдът на ЕС посочва по-специално, че естеството на стоката би могло да обоснове запечатването на опаковката и поради съображения, свързани със защитата на здравето, или по хигиенни причини и че затова разпечатването на такава опаковка лишава съдържателята се в нея стока от гаранцията по отношение на защитата на здравето или хигиената ⁽¹⁴¹⁾.

⁽¹⁴¹⁾ C-681/17, *slewo*, EU:C:2019:255, точка 37.

Следователно изключението от правото на отказ по член 16, първа алинея, буква д) се прилага само ако след разпечатването на опаковката съдържащата се в нея стока вече е **окончателно негодна за продажба поради съображения, непосредствено свързани със защитата на здравето или с хигиената**, тъй като самото естество на стоката прави невъзможно или прекомерно трудно за търговеца да вземе мерки, позволяващи отново да я пусне в продажба, без да наруши едното или другото от тези изисквания ⁽¹⁴²⁾.

5.11.5. Стоки, които се смесват неделимо с други стоки

Член 16

е) доставка на стоки, които след като са били доставени и поради тяхното естество са се смесили с други стоки, от които не могат да бъдат отделени;

В съображение 49 доставките на „гориво“ се посочват като пример за стока, която неделимо се смесва с други елементи.

5.11.6. Договори с конкретна дата или срок на изпълнение

Член 16

л) предоставяне на услуги за настаняване, които нямат за цел живеене, транспорт на стоки, услуги по отдаване на автомобили под наем, хранене или услуги, свързани с развлекателни дейности, ако договорът предвижда конкретна дата или срок на изпълнение;

За да се прилага това изключение, в договора следва да е предвидена „конкретна дата или срок на изпълнение“. Тъй като това също е изключение, то следва да се тълкува стеснително ⁽¹⁴³⁾. Поради това то следва да се прилага, като се вземат под внимание причините, посочени в съображение 49: „[...] Предоставянето на право на отказ на потребителя би могло също да бъде неподходящо за някои услуги, при които **сключването на договора предполага резервирането на капацитет**, за запълването на който търговецът може да има затруднения при упражняване на правото на отказ. Такаъв би бил случаят например с направени резервации за хотели или ваканционни селища, културни или спортни събития“. Поради това ограничението на правото на отказ по член 16, първа алинея, буква л) не следва да се прилага за договори за развлекателни дейности, за които няма ограничение на капацитета.

В съображение 49 са дадени следните примери, при които се прилага изключението по член 16, първа алинея, буква л):

- резервации за хотели или ваканционни селища;
- културни или спортни събития, както и театрални представления на определена дата;
- хранене на тържество за рожден ден или сватбено тържество на определена дата.

По същия начин изразът „транспорт на стоки“ следва да се тълкува широко. В решението си по дело C-336/03 *easyCar* относно Директивата за продажбите от разстояние — Директива 97/7/ЕО, Съдът на ЕС постановява, че понятието „транспорт“ включва също така предоставянето на транспортни средства на разположение на потребителя ⁽¹⁴⁴⁾. Според това тълкуване наемането на товарни автомобили за превозване на стоки на определена дата би могло да попадне в обхвата на изключението, предвидено в член 16, алинея първа, буква л) относно „транспорта на стоки“.

И накрая, въпреки че член 16, алинея първа, буква л) обхваща договорите за транспорт на стоки, той не се прилага за услуги за съхранение, дори когато те се предоставят на конкретни дати.

⁽¹⁴²⁾ Пак там, точка 40. Вж. също раздел 6.5.4 с подробности по дело C-681/17.

⁽¹⁴³⁾ Допълнителни насоки относно правото на отказ по отношение на развлекателните дейности се очакват от решението по висящото дело C-96/21, *CTS Eventim*, което се отнася до случая, когато търговецът не предоставя пряко на потребителя услуга, свързана с развлекателни дейности, а само препродава на потребителя право на достъп до такава услуга.

⁽¹⁴⁴⁾ Вж. дело C-336/03, *easyCar*, EU:C:2005:150, по-специално точки 26 и 31.

5.11.7. Ремонти, поискани от потребителя

Член 16

з) договори, при които потребителят изрично е поискал от търговеца да го посети в дома му с цел извършване на неотложни дейности по поправка или поддръжка. Ако в случай на такова посещение търговецът предоставя услуги в допълнение към специално поисканите от потребителя или стоки, различни от резервните части, необходими за извършване на поддръжката или на поправката, правото на отказ се прилага за тези допълнителни услуги или стоки;

Изключението от правото на отказ, предвидено в член 16, първа алинея, буква з) от ДПП, обхваща неотложни дейности за поддръжка и ремонт.

За всички останали ремонти, които не са „неотложни“, потребителите имат право на отказ и търговците трябва да ги информират също и за това право. Ако търговците не са предоставили на потребителите информация за правото на отказ или са я предоставили със закъснение, се прилагат член 10 и член 14, параграф 4, буква а). Потребителите могат да упражнят правото си на отказ в срок от 14 дни след сключването на договора. В съответствие обаче с член 16, първа алинея, буква а) потребителят губи правото си на отказ, когато съответната (ремонтна) услуга е напълно изпълнена. За да се приложи това ограничение, търговецът трябва да получи: 1) предварително изрично съгласие на потребителя и 2) потвърждение от страна на потребителя за загубата на правото на отказ след пълното изпълнение. Тези две условия за започване на изпълнението на услугата преди изтичането на срока за упражняване на правото на отказ са предвидени в член 7, параграф 3 за договорите извън търговския обект и член 8, параграф 8 за договорите от разстояние.

Член 16

случай на договор за услуга, който задължава потребителя да плати, когато потребителят изрично е поискал от търговеца да го посети в дома му с цел извършване на дейности по ремонт, държавите членки могат да предвидят, че потребителят загубва правото на отказ след като услугата е напълно изпълнена, ако изпълнението е започнало с предварителното изрично съгласие на потребителя.

Възможността за избор на нормативна уредба по член 16, трета алинея, въведена с Директива (ЕС) 2019/2161⁽¹⁴⁵⁾, позволява на държавите членки да приемат дерогации от условията за загубване на правото на отказ по член 16, първа алинея, буква а), като предвидят, че за ремонтите, обхванати от член 16, трета алинея, е достатъчно търговецът да получи предварителното изрично съгласие на потребителя, за да започне изпълнението. Следователно в този случай търговецът не е длъжен да получи и потвърждението на потребителя за загубата на правото на отказ съгласно член 7, параграф 3 или член 8, параграф 8.

5.12. Избор на нормативна уредба в случай на нежелани посещения или екскурзии

5.12.1. Въведение

С Директива (ЕС) 2019/2161 са изменени както Директивата относно нелоялни търговски практики (ДНТП), така и Директивата за правата на потребителите (ДПП), като се дава възможност на държавите членки да приемат разпоредби за защита на законните интереси на потребителите по отношение на агресивни и подвеждащи маркетингови или продажбени практики в контекста на нежелани посещения на търговец в дома на потребителя или екскурзии, организирани от търговец с цел или ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите, когато тези разпоредби са пропорционални, недискриминационни и оправдани от гледна точка на защитата на потребителите. Обосновката на разпоредбите е обяснена в съображения 54—57 от Директива (ЕС) 2019/2161, като се подчертава принципът на субсидиарност и целта за улесняване на изпълнението.

ДНТП съдържа обща разпоредба, която позволява на държавите членки да приемат пропорционални, недискриминационни и обосновани национални разпоредби за защита на потребителите от агресивни или подвеждащи нежелани посещения и/или екскурзии, организирани от търговец (за повече подробности вж. раздел 1.1 от ръководството за ДНТП).

⁽¹⁴⁵⁾ Вж. съображение 42 от Директива (ЕС) 2019/2161.

В допълнение към общата разпоредба на ДНТП, с изменената ДПП се дава възможност на държавите членки да приемат национални разпоредби, предвиждащи по-благоприятни правила относно правото на отказ. За тази цел в контекста на член 9, параграф 1а, член 10, параграф 2, член 14, параграф 4 и член 16 от ДПП държавите членки могат да предвидят по-дълъг срок на правото на отказ от 30 дни (вместо 14) или да приемат мерки за дерогация от няколко от съществуващите изключения от правото на отказ в случай на нежелани посещения или екскурзии.

В член 29, параграф 1 се изисква държавите членки да уведомят Комисията до 28 ноември 2021 г. за националните мерки за дерогация от правото на отказ и за всички последващи изменения, т.е. чрез специално уведомление, в което се обясняват точно съответните национални разпоредби, а не само като част от общото уведомление за мерките за транспониране.

5.1.2.2. Удължаване на срока за упражняване на правото на отказ

В член 9, параграф 1а се предвижда, че държавите членки могат да удължат 14-дневния срок за отказ от договора на 30 дни за договори, сключени в контекста на нежелани посещения на търговец в дома на потребителя или на екскурзии, организирани от търговец с цел или ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите.

Член 9

1а. С цел защита на законните интереси на потребителите по отношение на агресивни или заблуждаващи практики на предлагане или продажба държавите членки могат да приемат правила, според които 14-дневният срок за отказ, посочен в параграф 1, се удължава на 30 дни за договорите, сключени чрез нежелани посещения на търговеца в дома на потребителя или чрез екскурзии, организирани от търговеца с цел или ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите. Тези правила трябва да са пропорционални, недискриминационни и обосновани от съображения за защита на потребителите.

С Директива (ЕС) 2019/2161 са изменени също член 6, параграф 4, член 9, параграф 2, член 10, параграф 2 и член 14, параграф 4, които се отнасят до срока за упражняване на правото на отказ, за да се отрази възможното удължаване на този срок до 30 дни.

Член 6, параграф 4

4. Информацията, посочена в параграф 1, букви з), и) и й), може да бъде предоставена посредством стандартните указания за отказ, предвидени в приложение I, част А. Търговецът е изпълнил изискванията за предоставяне на информация, установени в параграф 1, букви з), и) и й) от настоящия член, ако е предоставил тези указания на потребителя коректно попълнени. **Позоваванията на 14-дневния срок за отказ в стандартните указания за отказ, посочени в приложение I, част А, се заменят с позовавания на 30-дневен срок в случаите, когато държавите членки са приели правила в съответствие с член 9, параграф 1а).**

Член 9, параграф 2

2. Без да се засяга член 10, срокът за отказ, посочен в параграф 1 от настоящия член, изтича след 14 дни **или в случаите, когато държавите членки са приели правила в съответствие с параграф 1а от настоящия член, след 30 дни, считано от:**

Член 10, параграф 2

2. Ако търговецът е предоставил на потребителя информацията, предвидена в параграф 1 от настоящия член в срок от 12 месеца, считано от деня, посочен в член 9, параграф 2, срокът за отказ изтича след 14 дни **или в случаите, когато държавите членки са приели правила в съответствие с член 9, параграф 1а, след 30 дни след деня, в който потребителят е получил тази информация;**

Член 14, параграф 4

4. Потребителят не дължи разходи за:

- б) при доставянето изцяло или отчасти на цифрово съдържание, което не се доставя на материален носител, когато:
 - и) потребителят не е дал предварителното си изрично съгласие за започване на изпълнението преди изтичането на 14-дневния **или 30-дневния срок, посочен в член 9**

5.1.2.3. Дерогации от изключенията от правото на отказ

Член 16

С цел защита на законните интереси на потребителите по отношение на агресивни или заблуждаващи практики на предлагане или продажба държавите членки могат да приемат дерогация от изключенията от правото на отказ, посочени в първа алинея, букви а), б), в) и д), за договори, сключени чрез нежелани посещения на търговеца в дома на потребителя или чрез екскурзии, организирани от търговеца с цел или ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите. Тези разпоредби са пропорционални, недискриминационни и обосновани от съображения за защита на потребителите.

За договорите, сключени чрез нежелани посещения от търговец в дома на потребителя или екскурзии, организирани от търговец с цел или ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите, държавите членки могат да приемат дерогации от следните изключения от правото на отказ:

- изключението за договори за услуги след пълното изпълнение на услугата (член 16, първа алинея, буква а));
- изключението за доставка на стоки или предоставяне на услуги, чиято цена се променя в зависимост от колебания на финансовия пазар, които не могат да бъдат контролирани от търговеца и които могат да настъпят по време на срока за отказ (член 16, първа алинея, буква б));
- изключението за доставка на стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани (член 16, първа алинея, буква в));
- изключението за доставка на запечатани стоки, които не могат да бъдат върнати поради съображения, свързани със защитата на здравето, или по хигиенни причини и които са разпечатани след доставката им (член 16, първа алинея, буква д)).

Дерогацията **не означава непременно, че изключението от правото на отказ изобщо няма да се прилага**. Тя може да се състои и от изменение на съществуващото изключение, за да стане то по-благоприятно за потребителя, като същевременно се гарантира, че е пропорционална (също и по отношение на законните интереси на търговците), недискриминационна и обоснована от съображения за защита на потребителите.

6. Доставка

Член 18

1. Освен ако страните не са уговорили друго относно времето на доставка, търговецът доставя стоките, като прехвърля владението или контрола на стоките на потребителя без неоправдано забавяне, но не по-късно от 30 дни от сключването на договора.

2. Когато търговецът не изпълни задължението си да достави стоките в срока, договорен с потребителя, или в рамките на срока, предвиден в параграф 1, потребителят изисква от него доставката да бъде извършена в допълнителен срок, съобразен с обстоятелствата. Ако търговецът не достави стоките в този допълнителен срок, потребителят има право да прекрати договора.

Първата алинея не се прилага за договори за продажба, при които търговецът е отказал да достави стоките, или когато доставката в рамките на уговорения срок на доставка е от съществено значение, като се имат предвид всички обстоятелства при сключването на договора, или когато потребителят е уведолил търговеца преди сключването на договора, че е от съществено значение доставката да бъде направена на определена дата или най-късно до определена дата. В тези случаи, ако търговецът не достави стоките в уговорения с потребителя срок или в рамките на предвидения в параграф 1 срок, потребителят има право незабавно да прекрати договора.

3. При прекратяване на договора търговецът е длъжен да възстанови без неоправдано забавяне всички суми, заплатени по договора.

4. В допълнение към прекратяването на договора в съответствие с параграф 2 потребителят може да използва други средства за защита, предвидени в националното право.

Член 18 се прилага единствено за договори за продажба, както е изрично посочено в член 17, параграф 1. Разпоредбите в член 18 относно времето на доставка са свързани с изискването в член 5, параграф 1, буква г) и член 6, параграф 1, буква ж) да се посочи времето за доставка на стоките.

Съгласно член 6, параграф 1, буква ж) относно **договорите от разстояние и договорите извън търговския обект** търговецът трябва да информира потребителя за „*датата, на която търговецът се задължава да достави стоките*“. Що се отнася до **договорите в търговския обект**, съгласно член 5, параграф 1, буква г) тази информация трябва да бъде предоставяна, „когато е приложимо“.

Следователно **в договорите в търговския обект** тази информация не е необходимо да се предоставя, ако стоките се доставят или услугата се изпълнява незабавно. За договорите за продажби, сключени в търговския обект, тази информация също не е необходимо да се предоставя, ако продавачът възнамерява да достави стоката в рамките на посочения в член 18, параграф 1 срок от 30 дни (вж. също раздел 3 относно изискванията за предоставяне на преддоговорна информация).

Важно е да се отбележи, че директивата не съдържа конкретни правила относно договорите за услуги, ако търговецът не посочи времето за изпълнение на услугите. Последствията от такъв пропуск могат да бъдат уредени в националното право.

Съгласно член 18, параграф 2, ако търговецът не достави стоките в рамките на този срок или на срока, указан на потребителя, потребителят трябва да договори с търговеца удължаване на срока за доставка. Ако търговецът все още не е извършил доставката преди изтичането на удължения срок, потребителят има право да прекрати договора.

Въпреки това, ако указаният срок за доставка или 30-дневният срок по подразбиране е от съществено значение (например при доставката на сватбена рокля — вж. съображение 52) и търговецът не достави стоките навреме, потребителят следва да има право да прекрати договора веднага след изтичането на първоначално договорения срок.

Начинът, по който потребителят следва да уведоми търговеца за прекратяването на договора, може да се урежда с националното право (вж. съображение 52).

Съгласно член 18, параграф 4 националното право може да предоставя на потребителя други средства за защита, примери на които са дадени в съображение 53: „*В допълнение към правото на потребителя да прекрати договора, когато търговецът не е изпълнил задълженията си за доставка на стоките в съответствие с настоящата директива, потребителят може, в съответствие с приложимото национално право, да използва други средства за защита, като например да даде на търговеца допълнителен срок за доставка, да иска принудително изпълнение на договора, да отложи плащането и да претендира за обезщетение за нанесени вреди.*“

Съгласно член 18, параграф 3 при прекратяване на договора търговецът трябва да възстанови без неоправдано забавяне всички заплатени суми. В директивата не е определен срок за възстановяването. Ако е налице спор между потребителя и търговеца относно срока за възстановяването, компетентните национални органи и съдилища ще трябва да преценяват всеки отделен случай. По принцип няколко работни дни следва да са достатъчни за търговеца, за да извърши възстановяването.

7. Преминаване на риска

Член 20

При договори, които предвиждат, че търговецът изпраща стоките на потребителя, рискът от загуба или повреда на стоките преминава върху потребителя в момента, в който той или трето лице, посочено от потребителя и различно от превозвача, влезе във владение на стоките. Обаче рискът преминава върху потребителя при предаване на стоките на превозвача, ако потребителят е възложил на превозвача да транспортира стоките и избраният от потребителя превозвач не е сред превозвачите, предложени от търговеца, без да се нарушават правата на потребителя по отношение на превозвача.

Съгласно член 20 рискът преминава върху потребителя при предаване на стоките на превозвача, ако превозвачът е избран от потребителя и не е предложен от търговеца.

Редовната доставка на стоки, поръчани чрез уебсайтове за електронна търговия, поръчки по пощата и т.н., често се извършват без потребителят да направи незабавна проверка на доставените стоки. Съгласно директивата рискът преминава върху потребителя при придобиването на владение върху стоките, независимо от това дали те са били проверени за наличието на дефекти. Въпреки това съгласно Директива (ЕС) 2019/771 за продажбите на стоки съществува изискване за доставяне без дефекти. В член 11 от тази директива се определят правилата за тежестта на доказване по отношение на всяка липса на съответствие.

8. Такси за използване на платежно средство

Член 19

По отношение на използването на определено платежно средство държавите членки забраняват на търговците да начисляват на потребителите такси, които са по-високи от разходите, понесени от търговеца за използването на тези платежни средства.

8.1. Въведение

Член 19 се прилага по отношение на използването на „платежни средства“. Тъй като тези термини не са определени по никакъв начин, член 19 следва да се прилага за всички платежни средства, включително плащане в брой.

Следва да се отбележи, че „платежните услуги“ като такива попадат в категорията „финансови услуги“, които са изключени от обхвата на ДПП в съответствие с член 3, параграф 3, буква г) от нея. В резултат на това изискванията на директивата не се прилагат за доставчиците на платежни услуги. Задължението по член 19 се отнася не за доставчиците на платежни услуги, а за други търговци, които сключват договори с потребители, попадащи в обхвата на ДПП. Разпоредбата забранява на тези търговци да начисляват на потребителите такси за използването на дадено платежно средство, които надвишават обичайните разходи за използването на това средство.

Приложното поле на член 19 е значително ограничено с преработената Директива за платежните услуги (ДПУ2), която се прилага от 13 януари 2018 г. В член 62, параграф 4 от ДПУ2 изрично се забранява начисляването на допълнителни такси за:

- платежни инструменти, обменните такси ⁽¹⁴⁶⁾ за които се уреждат съгласно Регламент (ЕС) 2015/751 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁴⁷⁾ относно обменните такси за платежни операции, свързани с карти — тази забрана се отнася до плащанията с потребителски дебитни и кредитни карти, използвани в над 95 % от трансакциите на картовия пазар в ЕС;
- платежните услуги, за които се прилага регламентът за единната зона за плащания в евро — Регламент (ЕС) 260/2012 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁴⁸⁾, т.е. кредитни преводи и директни дебити в евро;

В резултат на това член 19 от ДПП остава приложим само за „картите без таван“, т.е. търговските карти, като например фирмените карти и картите, издавани от т.нар. тристранни схеми, при които картите се издават от самата схема, която би се квалифицирала едновременно като банка, и за плащанията в брой.

Въпреки това следва да се отбележи, че с член 62, параграф 5 от ДПУ2 на държавите членки се дава възможността да забранят или ограничат начисляването на допълнителни такси за специфични платежни инструменти, които не са обхванати от Регламента относно обменните такси, като например гореспоменатите търговски карти и карти, издадени от тристранни схеми.

8.2. Определение за „такси“

Член 19 следва да се прилага за всички видове разходи, които са пряко свързани с платежното средство, независимо от начина, по който те се представят на потребителите.

- *Например таксите, наричани „административни“, „за резервация“ или „за обработка“, следва да попадат в обхвата на член 19, ако могат да бъдат избегнати чрез използване на конкретно средство за плащане.*

Отстъпките, предоставяни на потребителите за използването на някои платежни средства, най-често директен дебит, не следва автоматично да се считат за „такси“, начислявани за използването на други налични платежни средства по смисъла на член 19. Това е така, тъй като „отстъпката“ може да се основава на законния интерес на търговеца да насърчава използването на определени платежни средства, които са по-ефективни от гледна точка на организацията на неговия бизнес ⁽¹⁴⁹⁾.

⁽¹⁴⁶⁾ Многостранните такси за обмен (МТО) са многостранно договорени такси, дължими между доставчиците на платежни услуги (ДПУ) на платеца/потребителя и получателя/търговеца.

⁽¹⁴⁷⁾ Регламент (ЕС) 2015/751 на Европейския парламент и на Съвета от 29 април 2015 г. относно обменните такси за платежни операции, свързани с карти (ОВ L 123, 19.5.2015 г., стр. 1).

⁽¹⁴⁸⁾ Регламент (ЕС) № 260/2012 на Европейския парламент и на Съвета от 14 март 2012 г. за определяне на технически и бизнес изисквания за кредитни преводи и директни дебити в евро и за изменение на Регламент (ЕО) № 924/2009 (ОВ L 94, 30.3.2012 г., стр. 22).

⁽¹⁴⁹⁾ По-специално директният дебит позволява на търговеца да предвижда паричния поток. Следователно отстъпка за използването на директен дебит може да се предоставя не толкова за използването на определено платежно средство, а по-скоро за насърчаване на потребителите да плащат редовно на определена дата.

Не може обаче да се изключи възможността за начисляване на допълнителни такси по смисъла на член 19 чрез предоставянето на еднакви или различни отстъпки за някои платежни средства и оставянето например само на един или два начина на плащане извън схемата за отстъпки. Всяка схема за отстъпки ще трябва да подлежи на оценка за съответствие с член 19 за всеки отделен случай.

В член 19 се уреждат „таксите“, начислявани за използването на дадено платежно средство. Разпоредбите му не пречат на търговците да начисляват различни цени за една и съща стока или услуга, когато се продават чрез различни канали за продажба.

— *Например може да се начисли по-висока цена за билет за концерт, закупен директно в залата, и по-ниска цена в други търговски обекти.*

8.3. **Определение за „разходи“, понесени от търговеца**

8.3.1. *Такса за обслужване на търговец и други преки разходи*

С директивата нито се определят, нито се дават подробности за понятието „разходи, понесени от търговеца“, посочено в член 19.

За повечето търговци **таксата за обслужване на търговец (ТОТ)** е най-големият единичен компонент на разходите за приемане на плащания с карта. ТОТ обикновено включва:

- 1) обменната такса, която банката на търговеца (акцептиращата банка) заплаща на емитента на картата ⁽¹⁵⁰⁾;
- 2) таксите, които банката на търговеца заплаща на схемата (например Visa или MasterCard); както и
- 3) маржа, задържан от банката на търговеца за покриване на разходи и печалба.

За операциите с кредитни карти ТОТ обикновено се определя като процент от стойността на операцията, докато за операциите с дебитни карти по-често, макар и не общоприето — като фиксирана сума. ТОТ варира значително в зависимост от оборота, стопанския сектор и други характеристики на търговеца.

В допълнение, **може да има такси, свързани с операциите, или административни такси, заплащани от търговеца на акцептиращата банката или на посредника на платежна услуга.**

Посредниците на платежни услуги оказват помощ на някои търговци на дребно при приемането на сигурни плащания и може да начисляват такса за предоставянето на функционалности за разплащания, разкриването на измами и управлението на услуги и/или услуги, които обикновено се предоставят от акцептиращите банки ⁽¹⁵¹⁾.

8.3.2. *Общи разходи за осъществяването на стопанска дейност*

Търговците обикновено поемат други стопански разходи, които може да са непряко свързани с приемането или обработването на плащания, в зависимост от използваните средства. Това са основно административни разходи, такси за инсталиране и конфигуриране на оборудване и разходи, произтичащи от измами и управлението на риска.

8.3.3. *Допустими разходи, обосноваващи такса за използването на платежни средства*

Само **таксите, които се начисляват пряко на търговеца** за използването на дадено платежно средство, следва да се считат за „разходи“ за това платежно средство по смисъла на член 19.

Разходите на търговеца, които законно могат да бъдат взети предвид, за да се обосноват таксите за потребителите, са **ТОТ и таксите, свързани с операциите, или административните такси, плащани на посредници за някои или всички услуги за търговеца, които обикновено се предоставят от акцептиращите банки.** В тези случаи посредникът обикновено има делови отношения с акцептиращата банка и служи като звено за контакт за търговците на дребно, като начислява надбавка към таксите на акцептиращата банка за съответните услуги.

⁽¹⁵⁰⁾ С Регламент (ЕС) 2015/751 на Европейския парламент и на Съвета от 29 април 2015 г. относно обменните такси за платежни операции, основани на карти (ОВ L 123, 19.5.2015 г., стр. 1), обменните такси са ограничени на 0,2 % от стойността на операцията за потребителски дебитни карти и на 0,3 % за потребителски кредитни карти. По този начин ясно е определена една част от разходите, извършвани от търговеца.

⁽¹⁵¹⁾ Посредниците на платежни услуги оказват съдействие на някои търговци на дребно при приемането на сигурни плащания онлайн или в други ситуации, когато „притежателят на картата не присъства лично“, като например чрез телефонни центрове или поръчки по пощата. Посредниците могат да начисляват такси за: i) предоставянето на оборудване и услуги, необходими за приемането на онлайн и други форми на плащания от разстояние, като функционалности за разплащания за уебсайтовете на търговците на дребно, и/или ii) предоставянето на функционалност за разкриване на измами и на услуги за управление (в които се специализират някои посредници), и/или предоставянето на някои или всички търговски услуги, които обикновено се предоставят от акцептиращите банки, включително до пълна обработка на операциите. В тези случаи посредникът обикновено има делови отношения с акцептиращата банка и служи като звено за контакт за търговците на дребно, като начислява надбавка към съответните такси на акцептиращата банка.

Търговецът следва да реши дали да възложи на външен изпълнител например предоставянето на следните стоки/услуги:

- придобиването и поддържането на оборудване в обектите като ПОС терминални устройства;
- контрола на измамите и поддържането на съответствие със стандартите на сектора за разплащателни карти за сигурност на данните (PCI DSS) с цел предотвратяване на измамите, както се изисква от всички големи мрежи за карти;
- разработването и управлението на инфраструктурата за обработване на плащанията с карти, като например функционалности за разплащания за уебсайтове или телефонни центрове; както и
- обучение на персонала.

Разходите за платежно оборудване, услуги за разкриване на измами и услуги за управление (или подобни услуги) следва да се разглеждат като общи разходи за осъществяване на стопанска дейност, независимо от това дали са извършени пряко от търговеца или са възложени на външен изпълнител. Ако са възложени на външен изпълнител, обикновено за тях се начисляват такси отделно от основните „административни такси“ или TOT.

Обработването на плащанията и касовите операции е свързано с **разходи за персонал**, които е трудно да се определят количествено, тъй като те често са включени в общите административни разходи. Разходите, произтичащи от **измами и управлението на риска**, се различават значително в отделните сектори и при отделните търговци, но като цяло се счита, че намаляват благодарение на въвеждането на нови технологии за електронни разплащания. Тъй като тези разходи са присъщи на съответната стопанска дейност (дори когато са извършени за осигуряване на съответствие с нормативните изисквания), те следва да останат изключени от понятието „разходи за използването на определено платежно средство“ по член 19 и вместо това следва да се разглеждат като част от общите разходи за осъществяване на стопанска дейност.

Това съображение е особено валидно за предприятията, които продават стоки или предоставят услуги онлайн и които приемат само електронни платежни средства. За такива предприятия разходите за персонал за обработване на електронни плащания и разходите, произтичащи от измами или управлението на риска, са основни елементи на самия им бизнес модел.

Освен това, от по-практическа гледна точка, включването в понятието „разходи“ на всички възможни елементи, които могат да бъдат свързани дори косвено с дадено платежно средство, **би направило член 19 трудноприложим и би го лишило изцяло от полезен ефект („effet utile“)**. Това е така, тъй като например много малко информация за административните разходи е публично достъпна и точните разходи за оборудването и/или инсталирането могат да се изчислят само чрез разпределяне на сумата върху неопределен брой операции. Поради това търговците следва да си възстановяват тези разходи чрез цената на своите стоки или услуги, а не като начисляват на потребителите допълнителни такси за използването на дадено платежно средство.

8.4. Плащания в брой в чуждестранна валута

Плащането в брой в чуждестранна валута също представлява „платежно средство“ по смисъла на член 19. Поради това търговецът не следва да използва валутното конвертиране като метод, за да начисли всъщност на потребителите допълнителни такси, които не са обосновани с действително направените разходи за предоставяне на възможността за разплащане в чуждестранна валута (по-специално разходите, понесени от търговеца за обмяна на получените в брой парични средства).

- *Например, когато търговец, който управлява ресторант в отдалечен район, приема по изключение плащане в брой от турист в чуждестранна валута, прилаганият обменен курс може да бъде малко по-висок от действителния, за да се покрият извънредните разходи на търговеца за пътуване до най-близката банка и всички такси, начислявани от банката за обмяната.*
- *Прилагането на прекомерен обменен курс в горепосочения сценарий обаче би представлявало нарушение на член 19, тъй като приходите от такава операция биха надхвърлили значително извънредните разходи.*
- *Обратно, когато приемането на чуждестранни парични средства в брой като платежно средство е стандартна търговска практика за търговеца, допустими разходи могат да бъдат само приложените такси за обмен на валутата. Такъв е например случаят на ресторант, разположен в курортен район, който често обслужва туристи, плащащи с чуждестранни парични средства.*

9. Комуникация по телефона

Член 21

Държавите членки гарантират, че в случаите, когато търговецът използва телефонна линия за свързване с него по телефон във връзка със сключения договор, потребителят, когато се свързва с търговеца, не трябва да заплаща повече от основната тарифа.

Първа алинея не засяга правото на доставчиците на телекомуникационни услуги да таксуват тези разговори.

Целта на тази разпоредба е да защити потребителите срещу допълнителни такси, ако им се налага да се свържат с търговеца, с когото са сключили договор, например, за да отправят жалба. За такива телефонни обаждания от потребителя не трябва да се изисква да плаща повече от „основната тарифа“. С Директива (ЕС) 2019/2161 се изменя член 3, параграф 3, буква к) от ДПП, като приложното поле на член 21 се разширява и върху услугите за превоз на пътници.

Въпреки че в ДПП липсва изрично определение за „основна тарифа“, логиката е от търговците да се изисква да гарантират, че за повиквания съгласно член 21 потребителите не плащат повече от **същинските разходи** за електронните съобщителни услуги. Това е потвърдено от Съда на ЕС в решението по дело C-568/15, където е отбелязано, че „основната тарифа“ съответства на стандартната цена за обикновено повикване, която потребителят би очаквал да заплати и за чийто размер търговецът не е длъжен да информира потребителя ⁽¹⁵²⁾. С други думи таксите за повикване не трябва да надвишават цената на повикване към **стандартен (географски) стационарен или мобилен телефонен номер**.

Негеографски номера, които доставчиците на електронни съобщителни услуги обикновено включват в своите оферти за „пакети“ от минути на фиксирана месечна цена, и номера, таксувани на цени, непревишаващи тарифата за повиквания към географски номера, също така са примери за номера, таксувани по основната тарифа.

За разлика от тях, номерационните обхвати, които обикновено са обект на **специален тарифен режим**, вероятно няма да отговарят на изискването за „основна тарифа“. Обикновено т.нар. **номера за услуги, предоставяни по специална тарифа (УПСТ)**, дават възможност на техните ползватели (търговци) да финансират или да допринасят за разходите на телефонните центрове или да получават допълнителни приходи от тези телефонни разговори чрез споделяне на приходите с операторите на съобщителни услуги. На практика е много малко вероятно обажданията към телефонните номера за УПСТ да се таксуват по „основна тарифа“. Същевременно в решението си по дело C-568/15 Съдът на ЕС пояснява, че ако се спазва правилото за „основна тарифа“, няма значение дали търговецът реализира печалба чрез такива повиквания ⁽¹⁵³⁾.

Въпреки че член 21 ограничава цената на телефонните разговори, действителната цена на обаждането до търговеца за целите, обхванати от член 21, ще продължи да варира за различните потребители в зависимост от доставчика на електронни съобщителни услуги, избран за обаждането.

Понятието „основна тарифа“ за целите на ДПП не следва да се разбира като задължавашо търговците да използват така наречените „безплатни телефонни номера“, които по принцип са безплатни за повикващия. Също така то не следва да се тълкува като задължавашо търговеца да избере конкретен доставчик на съобщителни услуги или да премине от мобилна към фиксирана телефония или обратно.

Член 21 не следва да засяга съществуващите разлики между тарифите за вътрешни, международни и роумингови повиквания, прилагани от доставчиците на електронни съобщителни услуги. Следователно потребителят, който се обажда на продавач в друга държава членка, може да плати повече за това телефонно обаждане, отколкото местните клиенти на търговеца.

В решението си по дело C-332/17 *Starman* ⁽¹⁵⁴⁾ Съдът на ЕС разглежда ситуацията, при която търговецът предоставя на своите потребители, за целите, обхванати от член 21, както номер, таксуван по основна тарифа, така и кратък номер, таксуван по тарифа, по-висока от основната, когато обаждането се извършва от мобилен телефон. Съдът на ЕС постановява, че и в такава ситуация разпоредбата на член 21 не допуска търговецът да начислява на потребителя такса, по-висока от основната. Това важи независимо дали търговецът е информирал потребителя по разбираем и леснодостъпен начин за съществуването на алтернативен телефонен номер, таксуван по основната тарифа, и потребителят въпреки това доброволно е избрал да използва друг номер за целите на член 21:

⁽¹⁵²⁾ C-586/15, *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main*, EU:C:2017:154, точка 22.

⁽¹⁵³⁾ Пак там., точки 31 и 32.

⁽¹⁵⁴⁾ C-332/17, *Starman*, EU:C:2018:721.

„[...] член 21, първа алинея от Директива 2011/83/ЕС трябва да се тълкува в смисъл, че ако търговец е предоставил на всичките си клиенти един или няколко кратки телефонни номера, за които се прилага по-висока от основната тарифа, тази разпоредба не допуска сключилите договор с този търговец потребители да плащат повече от основната тарифа, когато се свързват по телефона с посочения търговец във връзка с този договор.“⁽¹⁵⁵⁾

Следователно, дори ако потребителят (по грешка) е използвал по-скъпия алтернативен телефонен номер, а не номера, таксуван по „основната тарифа“, той все още има право да заплати само „основната тарифа“ за съответното повикване. За да се гарантира в такъв случай упражняването на правото, предвидено в член 21, потребителят трябва да има достъп, съгласно националното законодателство на съответната държава членка, до подходящи средства за защита, т.е. възможност да поиска обезщетение за платената цена, която надвишава основната тарифа.

Решението на Съда на ЕС само по себе си не забранява на търговците да използват различни видове номера за цели, различни от тези, обхванати от член 21, например за извършване на резервации. В този случай обаче съответните търговци следва да обърнат специално внимание с цел да е гарантирано, че когато се обаждат за целите, обхванати от член 21, потребителите използват правилния номер, т.е. номера, таксуван по основната тарифа.

10. Допълнителни плащания

Член 22

Преди потребителят да бъде обвързан с договор или предложение, търговецът трябва да получи изричното съгласие на потребителя за всяко допълнително плащане, което превишава възнаградението, договорено за основното договорно задължение на търговеца. Ако търговецът не е получил изричното съгласие на потребителя, а е заключил, че такова е налице, като е използвал възможности по подразбиране, които потребителят трябва да отхвърли, за да избегне допълнителното плащане, потребителят има право заплатените суми да му бъдат възстановени.

По силата на член 3, параграф 3, буква к) забраната в член 22 относно използването на предварително отбелязани с отметка полета за предоставяне и таксуване на допълнителни стоки/услуги също се прилага и за услугите за превоз на пътници. Освен това тя се прилага независимо от това дали самата допълнителна услуга по принцип подлежи на разпоредбите на директивата. Предварително отменатите полета, забранени в член 22, могат да се отнасят например за:

- възможност за експресна доставка или договор за поддръжка при покупката на ИТ оборудване;
- застрахователен договор при покупката на самолетен билет.

11. Прилагане

11.1. Правоприлагане от страна на публичните органи и от страна на частноправни субекти.

Съгласно член 23 държавите членки трябва да гарантират **наличието на адекватни и ефективни средства**, за да гарантират спазването на разпоредбите на директивата.

Член 23

1. Държавите членки обезпечават наличието на адекватни и ефективни средства за осигуряване спазването на настоящата директива.
2. Средствата, посочени в параграф 1, включват разпоредби, по силата на които един или няколко от следните органи, определени от националното право, могат да сезират съгласно националното право съдилищата или компетентните административни органи с цел да се обезпечи прилагането на националните разпоредби, транспониращи настоящата директива:
 - а) публични органи или техни представители;
 - б) организации на потребителите, които имат законен интерес от защитата на потребителите;
 - в) професионални организации, които имат законен интерес от предприемането на действия.

⁽¹⁵⁵⁾ Пак там, точка 33.

Няколко разпоредби на ДПП предвиждат директни средства за правна защита, в случай че търговецът не спазва съответните задължения. По-конкретно, в член 6, параграф 6, член 10, член 18, параграф 2 и член 22 от ДПП се предвиждат специфични средства за защита на потребителите, докато в член 21 се забранява на търговеца да изисква от потребителя да заплаща повече от „основната тарифа“ за телефонни запитвания след сключване на договора, а в член 27 потребителят се освобождава от задължението да предоставя каквато и да е насрещна престация в случай на непоръчани доставки. Както е посочено в съображение 14 от ДПП, директивата не засяга националното право в областта на договорното право за аспектите на договорното право, които не са уредени от директивата, включително националното право във връзка с общите договорни средства за правна защита. Следователно държавите членки могат да предвидят в националното си право допълнителни договорни средства за защита.

Потребителите могат да прилагат такива средства за защита чрез индивидуални искове. Освен това с Директива (ЕС) 2020/1828 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁵⁶⁾ относно представителни искове за защита на колективните интереси на потребителите във всички държави членки се въведе възможността за прилагане и на ДПП чрез **представителни искове**. Такива искове могат да бъдат предявени от компетентни структури, които искат налагане на мерки за преустановяване или забрана, и на мерки за обезщетение от името на засегнатите потребители ⁽¹⁵⁷⁾.

11.2. Прилагане за търговци от трети държави

Прилагането на ДПП спрямо търговци извън ЕС е предмет на Регламент (ЕО) № 864/2007 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁵⁸⁾ относно приложимото право към извъндоговорни задължения (Регламент „Рим II“) и Регламент (ЕО) № 593/2008 относно приложимото право към договорни задължения (Регламент „Рим I“). Регламенти „Рим I“ и „Рим II“ се прилагат както при гражданскоправни, така и при търговскоправни спорове. В ДПП са предвидени както извъндоговорни задължения (по-специално изисквания за предоставяне на преддоговорна информация, забрана на „предварително отбелязани“ полета и т.н.), така и договорни задължения (по-специално право на отказ, правила за доставка на стоки и за потвърждаване на договора).

За извъндоговорните задължения, по-специално изискванията за предоставяне на преддоговорна информация съгласно ДПП, приложимото право, определено съгласно Регламент „Рим II“, е правото на договора, което би се прилагало към него, ако договорът е бил сключен ⁽¹⁵⁹⁾. Следователно за определяне на приложимото право за извъндоговорните задължения се използва същият набор от критерии, както за договорните задължения по граждански и търговски дела съгласно Регламент „Рим I“. **Това означава, че приложимото право както за договорните, така и за извъндоговорните задължения ще бъде идентично**, освен ако страните по договора не са уговорили друго. Спрямо договореностите за избор на приложимо право обаче се прилагат ограниченията, предвидени в регламенти „Рим I“ и „Рим II“.

Съгласно член 6, параграф 1, буква б) от Регламент „Рим I“, когато потребител сключва договор с търговец в друга държава, който по каквато и да е начин насочва търговската си дейност към държавата по пребиваване на потребителя, по принцип договорът се урежда от правото на държавата по обичайно местопребиваване на потребителя. Терминът „насочване“ на търговските или професионалните дейности към държавата на потребителя е обяснен допълнително в раздел 3.1.8 на настоящото ръководство.

Съгласно член 6, параграф 2 от Регламент „Рим I“, ако страните по договора изберат да прилагат друго право, този избор не може да лиши потребителя от закрилата, предоставена от правните разпоредби на държавата по обичайното местопребиваване на потребителя, от които страните не могат да се отклоняват в своя договор.

Правата и задълженията, предвидени в ДПП, представляват такива „задължителни разпоредби“, тъй като в член 25 се посочва, че потребителите не могат да се откажат от правата, предоставени им от националните мерки за транспониране на директивата. Следователно, когато търговец от трета държава се насочва към потребители в една или повече държави — членки на ЕС, той трябва да спазва изискванията на ДПП, по-специално изискванията за предоставяне на преддоговорна информация и правото на отказ от договора.

⁽¹⁵⁶⁾ Директива (ЕС) 2020/1828 на Европейския парламент и на Съвета от 25 ноември 2020 г. относно представителни искове за защита на колективните интереси на потребителите и за отмяна на Директива 2009/22/ЕО (ОВ L 409, 4.12.2020 г., стр. 1).

⁽¹⁵⁷⁾ Вж. член 4 от Директива (ЕС) 2020/1828.

⁽¹⁵⁸⁾ Регламент (ЕО) № 864/2007 на Европейския парламент и на Съвета от 11 юли 2007 г. относно приложимото право към извъндоговорни задължения (Рим II) (ОВ L 199, 31.7.2007 г., стр. 40).

⁽¹⁵⁹⁾ Член 12, параграф 1 от регламента Рим II:

11.3. Санкции

В член 24 от ДПП се уреждат санкциите за нарушаване на националните правила за транспониране на директивата. Разпоредбата на параграф 1 изисква от държавите членки да определят правилата за санкциите, приложими при нарушаване на националните разпоредби, приети в съответствие с ДПП. Тя оставя на държавите членки да приемат решения относно вида на наличните санкции и да определят процедурите за налагане на санкции, стига те да са ефективни, пропорционални и възпиращи.

Правилата за санкциите са различни от горепосочените правила за индивидуалните договорни средства за защита на отделните засегнати потребители и допълват тези правила.

С Директива (ЕС) 2019/2161 в член 24 са добавени допълнителни изисквания. На първо място, предоставен е неизчерпателен примерен списък с критерии за прилагане на санкциите (параграф 2). Второ, определени са по-конкретни правила (параграфи 3 и 4) относно глобите за сериозни трансгранични нарушения, които са предмет на координирани действия по прилагане съгласно Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁶⁰⁾ за сътрудничество в областта на защитата на потребителите (Регламентът за СОЗП).

В съображение 15 от Директива (ЕС) 2019/2161 държавите членки се насърчават при разпределянето на приходите от глоби да „вземат предвид засилването на защитата на общия интерес на потребителите, както и на други защитени обществени интереси“.

Разпоредбата на параграф 5 изисква държавите членки да уведомяват Комисията за националните правила относно санкциите и за всички последващи изменения, т.е. чрез специално уведомление, в което се обясняват точно съответните национални разпоредби, а не само като част от общото уведомление за мерките за транспониране.

11.3.1. Критерии за налагането на санкции

В член 24, параграф 2 се съдържа списък от шест неизчерпателни и примерни критерии, които компетентните органи и съдилищата на държавите членки следва да вземат предвид при налагането на санкциите. Те се прилагат „когато е целесъобразно“ за всички нарушения както на национално, така и на трансгранично равнище.

Член 24

2. Държавите членки гарантират, че при налагането на санкции се вземат предвид следните неизчерпателни и примерни критерии, когато е целесъобразно:

- а) естеството, тежестта, мащабът и продължителността на нарушението;
- б) предприетите от търговеца действия за спекчаване или поправяне на вредите, претърпени от потребителите;
- в) всякакви предходни нарушения на търговеца;
- г) придобитите финансови ползи или избегнатите загуби от търговеца, ако има съответни данни за това;
- д) санкциите, наложени на търговеца за същото нарушение в друга държава членка при трансгранични случаи, когато информацията за тези санкции е налична посредством механизма, създаден по силата на Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета;
- е) всякакви други утежняващи или спекчавачи фактори, приложими към обстоятелствата на съответния случай.

Някои от критериите са обяснени в съображение 7 от Директива (ЕС) 2019/2161. В съображение 8 се пояснява, че те „може да не са приложими при вземане на решения относно санкциите за всяко нарушение, особено по отношение на маловажните нарушения“. Освен това „държавите членки също следва да вземат предвид и други общи принципи на правото, приложими при налагането на санкции, какъвто е например принципът на *non bis in idem* (забрана за повторно осъждане или наказание)“.

Умишленият характер на нарушението е от значение за прилагането на критериите, посочени в букви а) и е). Умисълът обаче **не** е необходимо условие за налагане на санкции в случай на нарушение.

Критерият, посочен в буква в), обхваща едни и същи или различни предишни нарушения на ДПП от страна на съответния търговец.

⁽¹⁶⁰⁾ Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2017 г. относно сътрудничеството между националните органи, отговорни за прилагането на законодателството за защита на потребителите и за отмяна на Регламент (ЕО) № 2006/2004 (ОВ L 345, 27.12.2017 г., стр. 1).

Критерият, посочен в буква д), се отнася за случаите, когато едно и също нарушение е извършено в няколко държави членки. Той се прилага само когато информацията за санкциите, наложени от други държави членки за същото нарушение, е налична чрез механизма за сътрудничество, създаден съгласно Регламента за сътрудничество в областта на защитата на потребителите.

В зависимост от обстоятелствата по случая санкциите, наложени на същия търговец в друга държава членка/държави членки за същото нарушение, биха могли да показват по-голям мащаб и по-голяма тежест съгласно буква а) и/или да се квалифицират като „предходно нарушение“ съгласно буква в). Следователно санкциите, наложени за същото нарушение в други държави членки, могат да бъдат утежняващ фактор. Налагането на санкции в други държави членки за същото нарушение може да се разглежда и във връзка с други „утежняващи“ обстоятелства, обхванати от другия критерий, посочен в буква е), който по принцип се отнася до „всякакви други“ утежняващи или смекчаващи обстоятелства. Въпреки това санкция, наложена от друга държава членка на същия търговец за същото нарушение, също може да бъде от значение за прилагането на принципа *non bis in idem* в съответствие с националното право и член 10, параграф 2 от Регламента за СОЗП. ⁽¹⁶¹⁾

11.3.2. Санкции в контекста на координирани действия по прилагане съгласно Регламента за сътрудничество в областта на защитата на потребителите

В член 24, параграфи 3 и 4 се предвиждат допълнителни, по-прескриптивни правила (в сравнение с общото правило по параграф 1) по отношение на санкциите, които трябва да са на разположение съгласно националното право за **нарушения, които са предмет на координирани действия съгласно Регламента за сътрудничество в областта на защитата на потребителите.**

В член 21 от Регламента за СОЗП се изисква от компетентните органи на държавите членки, които координираното действие касае, да **предприемат всички необходими правоприлагащи мерки срещу търговеца, отговорен за широко разпространеното нарушение или широко разпространеното нарушение със съюзно измерение.** „Широко разпространено нарушение“ и „широко разпространено нарушение със съюзно измерение“ са трансгранични нарушения, определени в член 3, параграфи 3 и 4 на Регламента за СОЗП ⁽¹⁶²⁾.

За тази категория нарушения в член 24, параграф 3 се изисква от държавите членки да предвидят **възможност за налагане на глоби, като максималният размер на глобата трябва да бъде най-малко 4 % от годишния оборот на търговеца.** Следователно държавите членки могат да определят праг на максималната глоба и по-висок от 4 % от годишния оборот на търговеца. Те могат също така да решат да наложат глобата въз основа на по-голям референтен оборот, като например световния оборот на търговеца. По същия начин могат да разширят обхвата на санкциите, които се налагат в случай на координирани действия по Регламента за СОЗП за други видове нарушения, като например вътрешни нарушения.

Когато не е налична информация за годишния оборот на търговеца, например в случай на наскоро създадени дружества, разпоредбата на член 24, параграф 4 изисква от държавите членки да предвидят възможност за налагане на **максимална глоба в размер на най-малко 2 млн. евро.** И в този случай държавите членки могат да определят праг на максималната глоба по-висок от 2 млн. евро.

Това хармонизиране на националните правила за глобите има за цел да гарантира, че мерките за прилагане на законодателството са възможни и съгласувани във всички държави членки, участващи в координирани действия за прилагане по Регламента за СОЗП.

⁽¹⁶¹⁾ Член 10, параграф 2 от Регламента за СОЗП. „Прилагането и упражняването на посочените в член 9 правомощия при прилагането на настоящия регламент са пропорционални и в съответствие с правото на Съюза и националното право, включително с приложимите процесуални гаранции и принципите, залегнали в Хартата на основните права на Европейския съюз. Мерките по разследването и прилагането на законодателството, приети във връзка с прилагането на настоящия регламент, трябва да съответстват на естеството и цялостната действителна или вероятна вреда от нарушението на законодателството на Съюза за защита на интересите на потребителите.“

⁽¹⁶²⁾ Член 3, параграф 3 от Регламента за СОЗП. „[ш]ироко разпространено нарушение“ означава: а) всяко действие или бездействие, което е в противоречие със законодателството на Съюза за защита на интересите на потребителите и което е увредило, уврежда или има вероятност да увреди колективните интереси на потребителите, пребиваващи в поне две държави членки, различни от държавата членка, в която: i) е започнало или е извършено действието или бездействието; ii) е установен търговецът, отговорен за действието или бездействието; или iii) в която се намират доказателства или активи на търговеца, които са свързани с действието или бездействието; или б) всяко действие или бездействие, което е в противоречие със законодателството на Съюза за защита на интересите на потребителите и което е увредило, уврежда или има вероятност да увреди колективните интереси на потребителите и притежава общи характеристики, включително еднакви незаконни практики, нарушаване на еднакви интереси и което едновременно е извършено от същия търговец в поне три държави членки.“

Член 3, параграф 4 от Регламента за СОЗП. „[ш]ироко разпространено нарушение със съюзно измерение“ означава широко разпространено нарушение, което е увредило, уврежда или има вероятност да увреди колективните интереси на потребителите в най-малко две трети от държавите членки, които заедно представляват най-малко две трети от населението на Съюза.“

За налагането на глоби в съответствие с член 24, параграфи 3 и 4 се прилагат общите критерии, посочени в член 24, параграф 2, включващи по-специално „естеството, тежестта и продължителността или временните последици от нарушението“. **Действителната глоба, наложена от компетентния орган или съд в конкретен случай, може да бъде по-ниска** от максималните суми, описани по-горе, в зависимост от естеството, тежестта и други съответни характеристики на нарушението.

При спазване на задълженията за координация съгласно Регламента за СОЗП компетентният орган или съдът може да реши да наложи периодични глоби (например глоба за всеки ден), докато търговецът не преустанови нарушението. Той може също така да реши да наложи глобата под условие, ако търговецът не преустанови нарушението в определения срок, въпреки че е получил съдебно разпореждане за това.

Приложимият оборот, който трябва да се вземе предвид при изчисляването на глобата, е оборотът, реализиран в държавата членка, налагаща глобата. Въпреки това в член 24, параграф 3 е предвидена възможност за определяне на глобата въз основа на оборота на търговеца, реализиран **във всички държави членки, които координираното действие касае**, ако в резултат на координацията съгласно Регламента за СОЗП една държава членка налага глобата от името на участващите държави членки.

В съображение 10 от Директива (ЕС) 2019/2161 се пояснява, че „в определени случаи търговецът може да бъде и група от дружества“. Следователно, когато **търговецът, отговорен за нарушението, е група от дружества**, при изчисляването на глобата ще се взема предвид общият оборот на групата в съответните държави членки.

В директивата не се определя референтната година за определяне на годишния оборот. Следователно за определяне на глобата националните органи могат да използват например **последните налични данни за годишния оборот** към момента на вземане на решението за налагане на санкцията (тоест предходната финансова година).

ПРИЛОЖЕНИЕ

Списък на делата пред Съда на ЕС, упоменати в настоящото известие

(подредени по годината на постановяване на решението)

Номер и наименование на делото	Относно:	Раздел (раздели) в настоящото известие
1999 г.		
C-423/97, Travel-Vac	Директива 85/577/ЕИО — Обхват — Договори за разпределеното във времето ползване на собственост — Право на отказ	2.1. Договори, сключени извън търговския обект на търговеца
2005 г.		
C-20/03, Burmanjer	Амбулантна търговия — Сключване на договори за абонамент на периодични издания — Предварително разрешение	1.4. Договори със смесена цел
2009 г.		
C-489/07 — Messner	Директива 97/7/ЕО — Защита на потребителите — Договори от разстояние — Упражняване от потребителя на правото на отказ — Обезщетение за ползване, което трябва да се плати на продавача	5.5.4. Отговорност на потребителя за неправилно боравене със стоките
2012 г.		
C-49/11, Content Services	Директива 97/7/ЕО — Защита на потребителите — Договори от разстояние — Информирание на потребителя — Предоставена или получена информация — Траен носител на информация — Понятие — Хипервръзка на уебсайта на доставчика — Право на отказ	4.4. Потвърждение на договора
2016 г.		
C--149/15, Wathelet	Директива 1999/44/ЕО — Продажба и гаранции на потребителските стоки — Приложно поле — Понятието „продавач“ — Посредник — Изключителни обстоятелства	3.2.2. Самоличност на търговеца и координати за връзка с него
2017 г.		
C-375/15, BAWAG	Директива 2007/64/ЕО — Платежни услуги във вътрешния пазар — Рамкови договори — Предварителна обща информация — Задължение за предоставяне на тази информация на хартиен или на друг траен носител — Информация, предадена чрез електронна пощенска кутия, интегрирана в интернет страница за онлайн банкиране	4.4. Потвърждение на договора
C-586/15, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main	Директива 2011/83/ЕС — член 21 — Комуникация по телефона — Използване на телефонна линия от търговец, за да позволи на потребителя да се свърже с него във връзка със сключен договор — Забрана за прилагане на цени, надвишаващи основната тарифа — Понятие „основна тарифа“	9. Комуникация по телефона
2018 г.		
C-105/17, Каменова	Директива 2005/29/ЕО — член 2, букви б) и г) — Директива 2011/83/ЕС — член 2, параграф 2 — Понятията „търговец“ и „търговски практики“	1.1. Определения на „търговец“ и „потребител“ 3.4.2. Статут на договарящата страна

C-332/17, Starman	Директива 2011/83/ЕС — член 21 — Потребителски договори — Телефонни комуникации — Практика на доставчик на телекомуникационни услуги да предлага на вече сключилите договор свои клиенти кратък телефонен номер за обслужване, за който се прилага по-висока от основната тарифа	9. Комуникация по телефона
C-485/17, Verbraucherzentrale Berlin	Директива 2011/83/ЕС — член 2, параграф 9 — Понятието „търговски обект“ — Критерии — Договор за продажба, сключен на шанда на търговец по време на търговски панаир	2.1. Договори, сключени извън търговския обект на търговеца
2019 г.		
C-430/17, Walbusch Walter Busch	Директива 2011/83/ЕС — Договори от разстояние — член 6, параграф 1, буква з) — Задължение за предоставяне на информация относно правото на отказ — член 8, параграф 4 — Договор, сключен с помощта на средство за комуникация от разстояние, което предоставя ограничено пространство или време за представяне на информацията — Понятие „ограничено пространство или време за представяне на информацията“ — Рекламен проспект, разпространяван като притурка към списание — Талон за поръчка по пощата, в който се съдържа линк, през който се получава информация относно правото на отказ	4.2.2. Изисквания относно бутона за потвърждаване на поръчката 5.2. Информация относно правото на отказ
C-649/17, Amazon EU	Директива 2011/83/ЕС — член 6, параграф 1, буква в) — Задължения за предоставяне на информация при договорите от разстояние и договорите извън търговския обект — Задължение на търговеца да посочи своя телефонен номер и номер на факс, „ако съществува такъв“	3.1.2. Яснота на информацията и връзка с Директивата относно нелоялни търговски практики (ДНТП) 3.2.2. Самоличност на търговеца и координати за връзка с него 5.2. Информация относно правото на отказ
C-681/17, slewo	Директива 2011/83/ЕС — член 6, параграф 1, буква к) и член 16, буква д) — Договор, сключен от разстояние — Право на отказ — Изключения — Понятие за „запечатани стоки, които не могат да бъдат върнати поради съображения, свързани със защитата на здравето, или по хигиенни причини и които са разпечатани след доставката им“ — Матрак, чиято защитна опаковка е била отстранена след доставката	5.4.4. Отговорност на потребителя за неправилно боравене със стоките
C-465/19, В & L Elektrogeräte	Директива 2011/83/ЕС — член 2, параграф 8, буква в) и параграф 9 — Договор извън търговския обект — Понятието „търговски обект“ — Договор, сключен на шанда на търговски панаир непосредствено след като търговецът осъществява контакт с потребителя, който се намира в общо пространство на панаира	2.2. Договори, сключени след осъществяването на контакт с потребителя извън търговския обект
C-673/17, Planet49	Директива 95/46/ЕО — Директива 2002/58/ЕО — Регламент (ЕС) 2016/679 — Обработка на лични данни и защита на правото на неприкосновеност на личния живот в сектора на електронните комуникации — „Бисквитки“ — Понятие за съгласие на субекта на данни — Изявление за даване на съгласие посредством предварително отменното поле	5.6.1. Съгласие на потребителя за незабавно изпълнение

2020 г.		
C-583/18, DB Vertrieb GmbH	Директива 2011/83/ЕС — Приложно поле — Договор за услуги — член 2, параграф 6 — Договор за услуги за превоз на пътници — член 3, параграф 3, буква к) — Карти, даващи право на отстъпка от цената при последващо сключване на договори за превоз на пътници — Продажба на такива карти в интернет, без информиране на потребителите относно правото на отказ	1.7.5. Пътнически транспорт
C-208/19, NK (Проект за еднофамилна къща)	Директива 2011/83/ЕС — Приложно поле — член 3, параграф 3, буква е) — Понятие „договори за строеж на нови сгради“ — член 16, буква в) — Понятие „стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани“ — Договор между архитект и потребител за изготвянето на проект за нова еднофамилна къща	1.7.1. Договори за отдаване под наем и договори за строеж 5.11.2. Стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани
C-266/19, EIS	Директива 2011/83/ЕС — член 6, параграф 1, букви в) и з) и член 6, параграф 4 — Част А от приложение I — Право на отказ — Информация, която трябва да се предостави от търговеца относно условията, срока и начина на упражняване на правото на отказ — Задължение на търговеца да посочи своя телефонен номер, „ако съществува такъв“ — Съдържание	5.2. Информация относно правото на отказ
C-329/19, Condominio di Milano, via Meda	Директива 93/13/ЕИО — Неравноправни клаузи в потребителските договори — член 1, параграф 1 — член 2, буква б) — Понятие за потребител — Сграда — етажна собственост	1.1. Определения на „търговец“ и „потребител“
C-380/19, Deutsche Apotheke	Директива 2011/83/ЕС — Алтернативно решаване на спорове — член 13, параграфи 1 и 2 — Задължителна информация — Достъпност на информацията	3.3.4. Извънсъдебни механизми за защита
C-529/19, Möbel Kraft	Директива 2011/83/ЕС — член 16, буква в) — Право на отказ от договор — Изключения — Стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани — Стоки, чието изработване търговецът е започнал	5.11.2. Стоки, изработени по поръчка на потребителя или недвусмислено персонализирани
C-641/19, PE Digital	Директива 2011/83/ЕС — член 2, параграф 11, член 14, параграф 3 и член 16, буква м) — Договор от разстояние — Предоставяне на цифрово съдържание и на цифрови услуги — Право на отказ — Задължения на потребителя в случай на отказ — Определяне на сумата, която трябва да бъде платена от потребителя за доставените услуги преди упражняването на правото на отказ — Изключение от правото на отказ при предоставяне на цифрово съдържание	1.5. Разграничение между цифрови услуги и цифрово съдържание онлайн 5.6.2. Задължение на потребителя за обезщетение
2021 г.		
C-922/19, Stichting Waternet	Директива 97/7/ЕО — член 9 — Директива 2011/83/ЕС — член 27 — Директива 2005/29/ЕО — член 5, параграф 5 — точка 29 от приложение I — Нелоялни търговски практики — Понятие „изпращане на непоръчани стоки“ — Доставка на питейна вода	1.2. Понятието „договор“

C-536/20, Tiketa	Директива 2011/83/ЕС — член 2, параграф 2 — понятието „търговец“ — член 8, параграф 1 — изисквания за предоставяне на информация	3.1.2. Яснота на информацията и връзка с Директивата относно нечестни търговски практики (ДНТП) 3.2.2. Самоличност на търговеца и координати за връзка с него
C-96/21, CTS Eventim	Директива 2011/83/ЕС — член 16, параграф 1 — Право на отказ от културна проява — Онлайн посредник	5.11.6. Договори с конкретна дата или срок на изпълнение
C-179/21, Victorinox	Директива 2011/83/ЕС — член 6, параграф 1, буква м) — Информация за търговската гаранция	3.2.6. Гаранции и следпродажбени услуги
C-249/21, Fuhrmann-2	Директива 2011/83/ЕС — член 8, параграф 2, втора алинея — „Етикет“ на бутон за потвърждаване на поръчка или подобна функция	4.2.1. Информация, която трябва да бъде представена непосредствено преди да бъде направена поръчката