



Служба „Преса и
информация“

Съд на Европейския съюз
ПРЕССЪОБЩЕНИЕ №133/12
Люксембург, 18 октомври 2012 г.

Решение по дело C-428/11
Purely Creative и др./Office of Fair Trading

**Забранени са агресивните търговски практики, създаващи у потребителя
невярно впечатление, че вече е спечелил награда, когато всъщност за да я
получи, той трябва да направи някакъв разход**

*Тези практики са забранени, дори ако наложеният на потребителя разход е
незначителен в сравнение със стойността на наградата или дори ако не носи никаква
печалба на търговеца*

Правото на Съюза¹ има за цел да защитава икономическите интереси на потребителите като забранява нелоялните търговски практики от страна на предприятията по отношение на потребителите. По-конкретно, то забранява на предприятията да създават невярно впечатление, че потребителят вече е спечелил, ще спечели, или при извършване на конкретно действие ще спечели награда или друга облага, когато всъщност извършването на каквото и да е действие във връзка с предявяване на претенция за наградата или друга еквивалентна облага, е повод за заплащане на пари от потребителя.

Страни по настоящото дело са пет британски предприятия, специализирани в разпространение на рекламни материали, и няколко лица, работили в тези предприятия, от една страна, и от друга — Office of Fair Trading (OFT) (Служба за лоялна търговия), на която е възложено да следи за прилагането в Обединеното кралство на правната уредба за защита на потребителите, по-специално във връзка с използваните от търговците практики.

OFT задължава тези предприятия да преустановят практиката си да изпращат адресирани лично писма, купони и други рекламни притурки, поставени във вестници и списания, с които на потребителя се съобщава, че е спечелил награда или друга облага, чиято стойност може да бъде значителна или само символична. Потребителят има на разположение няколко начина, за да разбере каква е неговата награда и да получи съответен номер: да позвъни на телефонен номер с добавена стойност, да изпрати текстово съобщение (SMS), или да получи информация по обикновената поща (на възможността да се използва последният способ се набляга най-малко). На потребителя се дава информация за цената на минута и за максималната продължителност на обаждането, но той не е уведомен, че предприятието-рекламодател получава някаква част от стойността на обаждането.

Някои реклами например предлагат круизи в Средиземно море. За да получи тази награда, потребителят трябва да заплати застраховката, добавка, за да получи кабина с едно или две легла, и да поеме разходите за храна и напитки по време на пътуването, както и пристанищните такси. При тези условия, за да участват в този круиз, две двойки от по двама души трябва да заплатят по 399 GBP на човек.

Както обясняват търговците в представеното на Съда становище, за тях е важно да разполагат с актуализирани бази данни на участниците, които е възможно да отговорят на рекламите, с които се разиграват награди, тъй като тези данни могат да се използват при

¹ Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 година относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (ОВ L 149, стр. 22, Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 14, стр. 260).

предлагането на други продукти на потребителите или да бъдат прехвърлени на други дружества, които искат да предлагат продуктите си.

Поставените на Съда въпроси са относно съвместимостта на такива практики с правото на Съюза и по-конкретно относно възможността търговците да налагат на потребител, на когото е съобщено, че е спечелил награда, да заплати определена сума, дори и незначителна.

В постановеното днес решение Съдът приема, че правото на Съюза забранява **агресивните практики, които създават у потребителя впечатление, че вече е спечелил награда, когато всъщност, за да се информира за естеството на наградата или за да предприеме действия за получаване на наградата, той трябва да направи някакъв разход.**

Съдът уточнява, че тези практики са забранени, дори ако **наложеният на потребителя разход, (като стойността на пощенска марка, например) е незначителен спрямо стойността на наградата, или че той не осигурява никаква печалба на търговеца.**

Освен това тези агресивни практики са забранени, дори ако действията във връзка с получаване на наградата могат да се осъществят по няколко предложени на потребителя начини, дори ако един от тези начини е безплатен.

Накрая Съдът отговаря, че националните юрисдикции трябва да преценяват информацията, дадена на потребителите, към които са насочени тези практики, като вземат предвид яснотата и разбираемостта на тази информация.

ЗАБЕЛЕЖКА: Преюдициалното запитване позволява на юрисдикциите на държавите членки, в рамките на спор, с който са сезирани, да се обърнат към Съда с въпрос относно тълкуването на правото на Съюза или валидността на акт на Съюза. Съдът не решава националния спор. Националната юрисдикция трябва да се произнесе по делото в съответствие с решението на Съда. Това решение обвързва по същия начин останалите национални юрисдикции, когато са сезирани с подобен въпрос.

Неофициален документ, предназначен за медиите, който не обвързва Съда.

[Пълният текст](#) на съдебното решение е публикуван на уебсайта CURIA в деня на обявяването

За допълнителна информация се свържете с Илияна Пальова ☎ (+352) 4303 3708