

Становище на Сдружението за модерна търговия: Нормалната търговска дейност не следва да бъде санкционирана от държавата

София, 18 ноември 2020 г. Обявеното на 16 ноември 2020 г. решение на Комисията за защита на конкуренцията (КЗК), с което на члена на Сдружението за модерна търговия (СМТ) „Хиполенд“ АД е наложена глоба за „заблуждаваща реклама“, повдига важни въпроси за бизнес средата в България.

С решението КЗК поставя неизпълними изисквания към провеждането на рекламни кампании - количествените ограничения, приложими към предлаганите продукти, да бъдат комуникирани в абсолютно всички рекламни материали, независимо дали техните формат и характеристики позволяват това, или да бъде осигурена и гарантирана с цената на последващо налагане на санкции наличност на всички рекламирани продукти във всички търговски обекти и/или онлайн платформи за продажба за целия срок на кампанията. Нещо повече, решението на КЗК поставя търговците в пълна неизвестност и липса на правна сигурност дори при изпълнение на непосилните изисквания за всеостранна и изчерпателна търговска комуникация, как ще бъдат тълкувани от надзорния орган направените послания към потребителите и дали разбирането им няма да е едностранчиво и в услуга на определена преследвана цел – налагане на санкция на определен търговец. Подобни изисквания не произтичат от закона и поставят търговците в невъзможност дори и при най-добро планиране да рекламират намаление на цените без риск от санкции. Така конкуренцията не се защитава, а се уврежда, тъй като неоснователно се ограничава рекламата и предлагането на стоки в интерес на потребителите.

Практиката за самосезиране на КЗК по сигнал от потребител е изключително спорна, тъй като потребителските казуси нямат пряко отношение към конкуренцията на пазара и следва да се разглеждат от друг държавен орган - Комисията за защита на потребителите. Смесването или дори изземването на компетентности води до това, че КЗК е в състояние да наложи тежки наказания за практики, срещу които дори няма оплакване от конкурент и които засягат само отношенията между потребител и търговец. Сигналите от потребител също така дават възможност за почти анонимно сезиране на КЗК, което не би трябвало да е възможно, тъй като създава предпоставки за произвол.

СМТ вече е повдигало въпроса за налагането на глоби, измерващи се в проценти от годишния оборот, за несъществени нарушения, които в повечето европейски държави дори не подлежат на разследване от орган по защита на конкуренцията. В България за „заблуждаваща реклама“ се използва същият санкционен механизъм, както за несравнимо по-тежките нарушения картелиране и злоупотреба с монопол, което е явно несправедливо и трябва да бъде променено.



В заключение изразяваме надежда, че наложената глоба на „Хиполенд“ АД не е свързана с активната гражданска позиция на собственика и служителите на компанията през последните месеци. Ако това не е така, реакцията на държавните органи би представлявала грубо погазване на свободата на изразяване, демократичните принципи и върховенството на закона. Гарантирането на гражданските и икономическите права на всеки е от фундаментално значение за гражданското ни общество, както и абсолютна предпоставка за развитието на инвестициите в страната.

За повече информация:

Добромир Стоянов
Мениджър клиенти
Grozdanov Communications Consulting

Тел.: 02 865 42 61
GSM: 0889 919 364
E-mail: d.stoyanov@grozdanov.net

