

ПРЕДОСТАВЯ ЛИ ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ПРАВО ОСОБЕНА ЗАКРИЛА НА МАЛОЛЕТНИТЕ И НЕПЪЛНОЛЕТНИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ?

Докторант Йордан Пангев

Юридически факултет

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

Резюме: Статията има за цел да очертае правната рамка, която защитава децата, в качеството им на потребители по смисъл на ЗЗП. Също така, ще се потърсят отговори на въпросите дали законът предоставя достатъчна защита на тези лица, дали са отчетени техните специфики, които ги отличават от потребителите, които са пълнолетни. Същевременно, целта е да се открие дискусия относно възможностите за подобряване на потребителското законодателство и да бъдат направени предложения *de lege ferenda*.

Ключови думи: потребител, деца, малолетни, непълнолетни, защита, нелоялни търговски практики, реклама, цифрови услуги

DOES CONSUMER LAW PROVIDE SPECIAL PROTECTION TO UNDER AGE AND MINOR CONSUMERS?

PhD Student Yordan Pangev

Faculty of Law

Plovdiv University¹

Abstract: The article aims to outline the legal framework that protects children as consumers within the meaning of the LPC. Also, answers will be sought to the questions of whether the law provides sufficient protection to these persons, whether their specificities that distinguish them from consumers who are adults are taken into account. At the same time, a discussion is opened on the possibilities of improving consumer legislation and proposals *de lege ferenda* will be made.

Key words: consumer, children, minor, under age, protection, unfair commercial practices, advertising, digital services

I. Уводни думи

Потребителското право се заражда през 60-те години на ХХ век. В доктрината се посочва, че то се е формирало въз основа на следните идеи: 1) потребителите са по-слабата

¹ Статията е разработена в рамките на Проект „Правна закрила и овластяване на децата и лицата с интелектуални затруднения и психични увреждания“ договор № НИ 15-ЮФ-14 с фонд „Научни изследвания“ на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“.

страна в отношенията с търговците; 2) целта на законите е да защитават слабия от силния; 3) „класическите“ институти на правото не са в състояние да осигурят необходимата защита на потребителите.² Като обективно право, потребителското право, потребителското право представлява съвкупност от норми на множество правни отрасли³ – предимно на гражданското и административното право, уреждащи защитата на потребителите. Поради тази причина е прието, че то не е самостоятелен правен отрасъл, а има комплексен характер.⁴

В §13, т. 1 от ЗЗП е дадена легалната дефиниция за потребител. Това е всяко физическо лице, което придобива стоки или ползва услуги, които не са предназначени за извършване на търговска или професионална дейност, и всяко физическо лице, което като страна по договор по този закон действа извън рамките на своята търговска или професионална дейност. От дефиницията могат да се обособят следните елементи, чрез които може да определим, че дадено лице има качеството потребител: 1) това може да бъде единствено физическо лице, като е без значение дали лицето е дееспособно или недееспособно; 2) целта на сделката не трябва да е свързана с търговската или професионална дейност на лицето. Когато е налице договор със смесено предназначение, трябва да се прецени, коя е основната цел на договора, за да се определи в какво качество действа лицето.⁵

С настоящата статия ще се направи опит да се очертаят основните акценти на правната рамка, която защитава малолетните и непълнолетните, в качеството им на потребители по смисъл на ЗЗП. Същевременно, целта е да се открие дискусията относно възможностите за подобряване на потребителското законодателство в тази насока.

Малолетните⁶ и непълнолетните⁷ попадат в една по-обща група лица – тази на децата⁸. Началото на изложението ще се фокусира върху защитата, която се дава на всички деца, без значение в коя от двете групи попадат – тази на малолетните или на непълнолетните. След това ще се проследи дали потребителското право може да предостави по-всеобхватна защита на лицата в зависимост от това дали са малолетни или непълнолетни.

На европейско равнище през 2022 г. бе приета новата европейска стратегия за подобряване на интернет за децата (BIK+)⁹. Предвидено е, че през цифровото десетилетие 2022-2032 г. децата трябва да имат възможност да ползват безопасна цифрова среда. Обръща се спе-

² Calais-Auloy J., Depincé M., Temple H. Droit de la consommation. 10e édition Dalloz, Paris, 2020, p. 22

³ Сукарева З. Потребителско право С., Нова звезда, 2015, с. 5 (Sukareva Z. Potrebiteľsko pravo S., Nova zvezda, 2015, s. 5)

⁴ Calais-Auloy J., Depincé M., Temple H. Op. cit., p. 18; Големинов Ч. Основи на българското потребителско право, Варна, ВСУ „Черноризец Храбър“, 2010, с. 13 (Goleminov Ch. Osnovi na balgarskoto potrebitelsko pravo, Varna, VSU „Chernorizets Hrabar“, 2010, s. 13)

⁵ Митев К. Страни по потребителските договори за предоставяне на цифрово съдържание и услуги, и за продажба на стоки, сключени чрез платформа. Правна мисъл, 2023, бр. 2, с. 3-27 (Mitev K. Strani po potrebitelskite dogovori za predostavyane na tsifrovo sadarzhanie i uslugi, i za prodazhba na stoki, sklyucheni chrez platforma. Pravna misal, 2023, br. 2, s. 3-27)

⁶ Чл. 3, ал. 1 от ЗЛС предвижда, че лицата, които не са навършили 14-годишна възраст, са малолетни.

⁷ Чл. 4, ал. 1 от ЗЛС предвижда, че лицата от 14 години до навършване на 18-годишна възраст са непълнолетни.

⁸ Легалната дефиниция за дете е дадена в чл. 2 от ЗЗДет., където е предвидено, че това е всяко физическо лице до навършването на 18 години.

⁹ Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите „Цифрово десетилетие за децата и младежите: новата европейска стратегия за подобряване на интернет за децата (BIK+)“, COM(2022) 212 final

циално внимание, че все повече те действат като активни потребители в онлайн средата дори без знанието на своите родители. Това от своя страна се използва от търговците, които се възползват от неопитността и липсата на самоконтрол у децата.

Към момента специални правила за защита на децата, в качеството им на потребители, може да се открие както в българското, така и в европейското законодателство. В ЗЗП по-засилена защита за децата може да се открие основно в две насоки – при уредбата на нелоялните търговски практики и защита, свързана с безопасността на стоките и услугите. И в двата случая законът не прави разграничение между малолетни и непълнолетни.

II. Нелоялни търговски практики и реклама

Легална дефиниция на понятието нелоялна търговска практика е дадено в чл. 68г, ал. 1 ЗЗП. Цитираната разпоредба предвижда, че търговската практика е нелоялна, ако противоречи на изискването за добросъвестност и професионална компетентност и ако променя или е възможно да промени съществено икономическото поведение на средния потребител, когато засяга или към когото е насочена, или на средния член от групата потребители, когато търговската практика е насочена към определена група потребители.

От предоставената дефиниция могат да се изведат елементите от фактическия състав на нелоялната търговска практика. На първо място, практиката трябва да противоречи на изискването за добросъвестност и професионална компетентност, разбираана като равнище на специални умения и грижи, очакващи се от търговеца в съответствие с честната пазарна практика¹⁰. На второ място, икономическото поведение на средния потребител трябва да бъде променено или да е възможно да се промени вследствие на търговската практика. Следователно, за да се говори за нелоялна търговска практика, то тя трябва да бъде насочена към лице, което има качеството потребител. Търговската практика може да се прояви в различни моменти – когато между търговеца и потребителя няма възникнало правоотношение; когато се намират в преддоговорни отношения; по време на сключване на договора между контрагентите; когато е налице сключен договор между търговеца и потребителя.¹¹

Преценката дали поведението на потребителя е повлияно не се прави за всеки конкретен случай, а се използва един обективен критерий, този на средния потребител¹². В съображение 18 от Директивата срещу нелоялните търговски практики (ДНТП)¹³ се приема, че средният потребител е сравнително добре информиран и сравнително наблюдателен и предпазлив при отчитане на обществените, културни и лингвистични фактори. Това разбиране е зас-

¹⁰ В този смисъл Решение на СЕС (девети състав) от 13.07.2023 г. по дело C-265/22 ZR, PI срещу Banco Santander, SA.

¹¹ Варадинов, О. Нелоялни търговски практики в отношенията търговец-потребител, С. Сиби, 2014, с. 25 и сл. (Varadinov, O. Nelojalni trgovski praktiki v otnosheniyata trgovets-potrebitel, S. Sibi, 2014, s. 25 i sl.). Авторът посочва още един момент, в който може да се прояви нелоялната търговска практика – при прекратяване или разваляне на договора. Счита, че това спада към групата практики, които могат да се проявят по времето, когато е налице сключен договор, поради което не съм я посочил в изброяването.

¹² т. 61 от Решение на СЕС (девети състав) от 21.09.2023 г. по дело C-139/22 AM, PM срещу mBank S.A.

¹³ 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 и изменение на Директива 84/450/ЕО 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

тъпено в трайната практика на Съда на ЕС¹⁴. В ДНТП е прието, че макар оценката дали една търговска практика е нелоялна да се прави от гледна точка на средния потребител, то има потребители, които са особено уязвими и на тях следва да се гарантира по-високо ниво на равнище на защита¹⁵. В правната литература¹⁶ се е наложил терминът „уязвими потребители“, макар в ДНТП и в ЗЗП да не е използван¹⁷. Особената уязвимост на определени потребители произтича от техни специфични характеристики – физическа или умствена недоразвитост, възраст или лекомислие¹⁸. Когато търговската практика е насочена към такива особено уязвими потребители, преценката дали е нелоялна се прави на база на средния представител на тази група. Единият от критериите, въз основа на който се приема, че потребителите са особено уязвими, е тяхната възраст. В тази група попадат децата, чието икономическо поведение може да бъде повлияно по-лесно от търговците поради тяхната липса на внимание или разсъдливост, както и тяхното рисково поведение, дължащо се на незрялост и лековерие¹⁹.

Освен че, децата попадат в групата на уязвимите потребители, те се ползват със специална защита в още една насока. В разпоредбата на чл. 68к от ЗЗП е налице „черен списък“ с агресивни търговски практики, които във всички случаи се считат за нелоялни, без да е нужно да се доказва фактическият състав на агресивните търговски практики, който е посочен в чл. 68з от ЗЗП. В т. 5 от „черния списък“²⁰ е предвидено, че рекламите, които пряко насърчават децата да закупят или да убедят своите родители или други възрастни да им закупят стока или услуга (известно като „силата на досаждането“), представлява вид агресивна търговска практика. При определяне дали в една реклама е налице директно увещаване към закупуването на дадена стока или услуга следва да се вземат предвид всички факти от конкретния случай – използваният език; предоставянето на директни връзки за закупуването (когато рекламата се извършва в онлайн среда); наличието на персонажи, които са особено привлекателни; използването на слогани, които се възприемат лесно от децата.

Освен разпоредбите в ЗЗП, детайлна уредба на рекламата, която е насочена към деца, се съдържа в Закона за радиото и телевизията²¹ и в Националните етични правила за рек-

¹⁴ Решение на СЕС (втори състав) от 8.02.2017 г. по дело C-562/15 Carrefour Hypermarkets SAS срещу ITM Alimentaire International SASU; Решение на СЕС от 12.05.2011 г., по дело C-122/10 Ving Sverige; Решение на СЕС от 26.10.2016 г., по дело C-611/14 Canal Digital Danmark и цитираната в тези решения съдебна практика

¹⁵ Насоки относно тълкуването и прилагането на Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар, ОВ С 526, 29.12.2021г., с. 35

¹⁶ Варадинов, О. Нелоялни търговски практики в отношенията търговец-потребител, С. Сиби, 2014, с. 67 (Varadinov, O. Nelojalni trgovski praktiki v otnosheniyata trgovets-potrebitel, S. Sibi, 2014, s. 67); Reich, N., Micklirz H.-W. European consumer law, 2nd ed., Intersentia, 2014, p. 46; Stuyck, J. La notion de consommateur en droit de l'Union Européenne, En: Le droit européen de la consommation au XXIe siècle, Bruxelles, Bruylant, 2022, p. 40

¹⁷ Reich, N., Micklirz H.-W. Op. cit., p. 48

¹⁸ Терминът, използван в чл. 5, пар. 3 ДНТП, е лекомислие докато в чл. 68г, ал. 2 ЗЗП е употребена думата доверчивост. Двата термина, макар и да имат известно сходство, не са тъждествени. Ето защо de lege ferenda, терминологията на ЗЗП следва да се приведе в съответствие с тази на ДНТП.

¹⁹ Насоки относно тълкуването ..., с. 36

²⁰ Разпоредбата на чл. 68к, т. 5 от ЗЗП възпроизвежда т. 28 от Приложение I към ДНТП

²¹ Разпоредбите в ЗРТ са транспонирани от Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 година за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и администра-

лама и търговска комуникация, разработени от сдружение „Национален съвет за саморегулация“, които са приети в съответствие с чл. 4б, ал.1, т.3 от Закона за радиото и телевизията. Етичните правила могат да се окачествят като източник на soft law, защото са задължителни единствено за членовете на сдружението и за субектите, които са ги приели, докато за останалите субекти имат препоръчителен характер. Част от разпоредбите на ЗРТ и етичните правила преповтарят регулацията на ЗЗП, но са налице и допълнителни изисквания относно това какво може да се съдържа в рекламата насочена към децата, какви стоки могат или е забранено да се рекламират на деца и др. Налице е изрична забрана рекламните съобщения да създават опасност за физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата; да показват деца в опасни ситуации и да съдържат порнография или да подтикват към насилие и незначитане на човешкото достойнство, както и към поведение, което нарушава обществения ред и общоприетите морални норми. Особено внимание е обърнато и на храните и напитките, които биват рекламирани на деца, поради възможността за неблагоприятно въздействие върху тяхното здраве и физическо развитие²². В чл. 76 от ЗРТ е посочено, че не е подходящо да има търговски съобщения в детски предавания, които да включват храни и напитки, съдържащи хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, по-специално съдържащи мазнини, трансмастни киселини, сол/натрий и захар, чийто прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен. Овен това, в чл. 75, ал. 7 от ЗРТ е посочено, че рекламата на алкохол не трябва да бъде насочвана към деца. Подобни правила са налице и в други европейски държави²³.

В изследвания, които са инициирани от Европейската комисия през 2022 г., е установено, че децата лесно разпознават рекламните съобщения, когато те се представят по телевизията или в печатни издания, но срещат затруднения, когато рекламата се извършва в дигитална среда²⁴. Овен това, се посочва, че чрез препоръчващите системи в социалните медии, както и чрез други алгоритми, целева реклама, маркетинг от инфлуенсъри и игровизация на маркетинга на младите потребители се предлага вредно или неподходящо съдържание, като се използват тяхната неопитност и липса на самоконтрол²⁵. Ето защо Мрежата за сътрудничество в областта на защитата на потребителите (съвместно с Европейската комисия) одобри 5 основни принципа за справедлива реклама за деца. При разработването на своите рекламни и маркетингови техники, търговците следва да вземат предвид следните принципи за по-добра защита на децата:

тивни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудиовизуални медийни услуги (Директива за аудиовизуалните медийни услуги)

²² Повече за тези рискове – вж. становище на Европейския икономически и социален комитет относно „Правна рамка за рекламата, насочена към млади хора и деца“

²³ Kraljić S., Drnovšek K. Protection of children as consumers. In – Consumer protection in the European Union: challenges and opportunities, Publications Office of the European Union, 2023, p. 138

²⁴ https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/cooperation-between-consumer-and-data-protection-authorities_en

²⁵ Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите „Цифрово десетилетие за децата и младежите: новата европейска стратегия за по-добър интернет за децата (BIK+)“, COM(2022) 212 final

- 1) При проектирането на рекламни или маркетингови техники, които е вероятно да бъдат забелязани от деца, следва да се вземат предвид техните специфичните уязвимости. Доставчиците на онлайн услуги не трябва да проектират или управляват своя интерфейс по начин, който подвежда децата или им влияе неправомерно да предприемат определено действие. Някои маркетингови техники, например персонализиран маркетинг, биха могли да се окажат неподходящи за използване поради специфичната уязвимост на децата.
- 2) Особената уязвимост на децата поради тяхната възраст или доверчивост, не трябва да се използва.
- 3) Когато общото маркетингово съдържание е предназначено за деца или е вероятно да бъде видяно от тях, маркетинговата цел следва да бъде посочена по подходящ и ясен за децата начин.
- 4) Децата не трябва да бъдат насочвани, подтиквани или насърчавани по друг начин да купуват съдържание в приложение или в игра, а игрите, които се предлагат безплатно, не следва да изискват покупки в приложение или в игра, за да могат да бъдат използвани по задоволителен начин.
- 5) Децата не следва да бъдат профилирани за рекламни цели²⁶.

Изброяването на принципите при рекламата, която е насочена към деца, не е изчерпателно и посочените пет принципа имат единствено препоръчителен характер за държавите членки. Съдебните и административните органи на държавите членки могат да ги използват като ориентир при прилагането на потребителското право в съответната държава, но нямат обвързваща сила за тях.

Уредбата, която беше разгледана в настоящата точка има комплексен характер, за да се гарантира по-добра защита на потребителите. При констатиране на нелоялна търговска практика от страна на Комисията за защита на потребителите (КЗП), последната издава заповед, с която се забранява съответната търговска практика. Заповедта представлява индивидуален административен акт по смисъла на чл.21 от АПК за прилагане на принудителна административна мярка. Налице е административно производство, което се развива по реда на АПК. В съдебната практика е прието, че принудителната административна мярка, която налага КЗП има двойка функция – преустановителна (прекръпява извършването на конкретната нелоялна търговска практика) и превантивна (предотвратява използването на практиката в бъдеще)²⁷. Също така, когато бъде констатирана нелоялна търговска практика, КЗП разполага с възможност да налага наказания – глоба или имуществена санкция на търговеца. Това представлява второ отделно производство, което има административнонаказателен характер и се развива по реда на ЗАНН²⁸.

²⁶ Тази забрана е нормативно уредена в българското законодателство в чл. 17а, ал. 9 и чл. 19д, ал. 9 от ЗРТ. Цитираните разпоредби предвиждат, че личните данни на децата не могат да се обработват за търговски цели като директен маркетинг, профилиране и съобразена с поведението реклама. Необходимостта от специална защита на личните данни на децата при реклама е изразена в съображение 38 от Регламент (ЕС) 2022/1925 на Европейския парламент и на Съвета от 14 септември 2022 година за достъпни и справедливи пазари в цифровия сектор и за изменение на Директиви (ЕС) 2019/1937 и (ЕС) 2020/1828 (Акт за цифровите пазари)

²⁷ Решение № 3789 от 04.04.2016 г. по адм. д. № 6690 / 2015 на Върховния административен съд

²⁸ Тълкувателно решение № 4 от 29.03.2021 г. по тълк. д. № 3 / 2019 г. на Върховен административен съд

Освен административните и административнонаказателните способности за защита на потребителите, за последните съществува възможността да се защитят и по гражданско-правен ред. В този случай могат да се предявят както индивидуален иск срещу търговеца, така и колективен иск. Тези иски имат осъдителен характер, като с тях може да се претендира преустановяване на нелоялната търговска практика²⁹. Ако от нея са произтекли вреди, то търговецът може да бъде осъден да заплати обезщетение, като е налице деликтна отговорност³⁰.

Когато е налице договор между потребителя и търговеца, който е сключен като е използвана нелоялна търговска практика, то за потребителя възникват още две възможности за защита. От използвания съюз „или“ в разпоредбата на чл. 68м, ал.1 от ЗЗП може да се приеме, че е оставено на потребителя да избере към кой способ за защита на своите права да се насочи. Той може да поиска намаляване на цената или да развали договора. При прилагане на института на намаляване на цената, считам че ще възникнат проблеми, тъй като няма обективен критерий въз основа, на който да се прецени с каква сума трябва да се намали цената. В законодателството ни съществуват и други случаи, при които намаляването на цената се използва като защитен механизъм³¹. Само, че при тях тази възможност е предвидена, защото дължимото страда от недостатъци и чрез извършеното намаляване, цената се привежда в съответствие със стойността на насрещната престация³². При разпоредбата на чл.68м от ЗЗП, намаляването на цената не е свързано с наличието на несъответствие на стоката или услугата, а единствено с това сключването на договора да е продиктувано от използването на нелоялна търговска практика.

При възможността за разваляне на договора по чл.68м от ЗЗП се наблюдава отклонение от общия режим на чл.87 от ЗЗД. За възникване на потестативното право по чл. 68м от ЗЗП е необходимо единствено сключването на договор чрез нелоялна търговска практика. Не е необходимо да има неизпълнение от страна на търговеца, нито е необходимо потребителят да предоставя подходящ срок за изпълнение.

За нарушаване на задълженията предвидени в ЗРТ, търговците подлежат на санкциониране по административнонаказателен ред от Съвета за електронни медии.

III. Безопасност на стоките и услугите

Прието е че, една от основните задачи на потребителското право е да се осигурят безопасни стоки и услуги, които не вредят на здравето и живота на потребителите³³. Легална дефи-

²⁹ Варадинов, О. Нелоялни търговски практики в отношенията търговец-потребител, С. Сиби, 2014, с. 234 (Varadinov, O. Neloyalni targovski praktiki v otnosheniyata targovets-potrebitel, S. Sibi, 2014, s. 234)

³⁰ Пак. там, с. 245; Решение № 13692 от 11.07.2024 г. по гр. д. № 57588 / 2023 г. на Софийски районен съд

³¹ В ЗЗД при продажба на вещь с недостатъци. В ЗЗП и ЗПЦЦУПС при наличие на предоставеното съдържание, услуга или стока.

³² Кожухаров А. Облигационно право. Отделни видове облигационни отношения. Нова редакция и допълнения Петко Попов, С., Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2002, с.96 (Kozhuharov A. Obligatsionno pravo. Otdelni vidove obligatsionni otnoshenia. Nova redaksia i dopalnenia Petko Popov, S., Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kliment Ohridski“, 2002, s.96)

³³ Големинов Ч. Основи на българското потребителско право, Варна, ВСУ „Черноризец Храбър“, 2010, с. 80 (Goleminov Ch. Osnovi na balgarskoto potrebitelsko pravo, Varna, VSU „Chernorizets Hrabar“, 2010, s. 80); Vyshka K. La

ниция за понятието „безопасен продукт“³⁴ се съдържа в чл. 3, т. 2 от Регламент (ЕС) 2023/988³⁵. Това е всеки продукт, който при нормални или разумно предвидими условия на употреба, включително реалната продължителност на употребата, не представлява какъвто и да е риск или само минималният риск, съвместим с употребата на продукта, който се счита за приемлив и отговарящ на висока степен на защита на здравето и безопасността на потребителите. В проведено проучване е посочено, че децата са една от най-потърпевшите групи потребители от опасни продукти³⁶. Ето защо, в Регламент (ЕС) 2023/988 е предвидено, че когато е налице вероятност продуктът да бъде използван от деца, при преценката на неговата безопасност трябва да се отчетат специфичните нужди и рискове, които продуктът би породил за тази категория потребители³⁷. При преценката за безопасност се взема предвид и това дали външният вид на продукта може да доведе до използването му не по предназначение – нехранителен продукт да бъде объркан за храна или – ако не е предназначен за използване от деца, но прилича такъв, който се използва от деца³⁸. С посоченото изискване се цели да се избегне заблуждаването на потребителите относно характеристиките и свойствата на продуктите, които се предлагат на пазара, като особен акцент се поставя на децата потребители. Новост, която разкрива Регламент (ЕС) 2023/988 в сравнение с досегашната уредба за общата безопасност на продуктите, е наличието на правила, които касаят цифровите продукти. Със съображение 23 от Регламент (ЕС) 2023/988 за производителите е въведено задължение да гарантират, че продуктите, които предоставят на пазара, отговарят на най-високите стандарти за безопасност, сигурност и неприкосновеност на личния живот още при проектирането в най-добрия интерес на децата. При оценката на риска следва да се обърне внимание дали цифровият продукт може да застраши както физическото, така и психическото здраве на децата.

Освен общите изисквания за безопасност, са налице специални изисквания по отношение на определени продукти, които са насочени към детската аудитория. На първо място, могат да се посочат изискванията за безопасност на детските играчки, които са поместени в Наредба за съществените изисквания и оценяване съответствието на играчките³⁹. С нея се въвежда изискване играчките да не застрашават здравето, когато се упот-

protection des consommateurs et l'obligation de sécurité: entre la responsabilité et la sécurité des produits en droit européen de la consommation – en: Le droit européen de la consommation au XXIe siècle, Bruxelles, Bruylant, 2022, p. 375

³⁴ В понятието продукт се включват както стоките, така и услугите

³⁵ Регламент (ЕС) 2023/988 на Европейския парламент и на Съвета от 10 май 2023 година относно общата безопасност на продуктите, за изменение на Регламент (ЕС) 1025/2012 на Европейския парламент и на Съвета и на Директива (ЕС) 2020/1828 на Европейския парламент и на Съвета и за отмяна на Директива 2001/95/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и на Директива 87/357/ЕИО на Съвета (ОВ, L 135/1 от 23 май 2023 г.). С посочения Регламент се отменя Директивата относно общата безопасност на продуктите, която е транспонирана в глава пета, раздел I от ЗЗП. Към момента на писане на статията е налице проект за ЗИД на ЗЗП от 11.09.2024 г., като в глава пета, раздел I от ЗЗП ще бъдат поместени мерките по прилагането на Регламент (ЕС) 2023/988.

³⁶ Според системата на ЕС за бързо предупреждение за опасни нехранителни продукти Safety Gate, 13% от установените опасни продукти в ЕС за 2023 г. представляват детски играчки, а в България 21% от всички опасни продукти представляват артикули за деца и детско оборудване. Данните са достъпни на следния адрес: <https://ec.europa.eu/safety-gate/#/screen/pages/reports>

³⁷ Съображение 23 от Регламент (ЕС) 2023/988

³⁸ чл. 6, параграф 1, б. „е“ от Регламент (ЕС) 2023/988

³⁹ С цитираната наредба са транспонирани правилата на Директива 2009/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 18 юни 2009 година относно безопасността на детските играчки.

ребяват по предназначение, както и когато се употребяват по предвидим начин, като се отчита поведението на децата⁴⁰. Също така, играчките трябва да са съобразени с възможностите на децата от възрастовата група, за която са предназначени. На европейско ниво са налице множество стандарти, чиято цел е да допълнят и конкретизират разпоредбите на Директива 2009/48/ЕО. С Решение за изпълнение (ЕС) 2023/740 на Комисията от 4 април 2023 г. е прието, че трябва да бъдат публикувани в Официалния вестник на ЕС данните от хармонизираните стандарти⁴¹ за детски играчки.

На следващо място, подробна уредба за безопасност има по отношение на храните за деца до 3-годишна възраст. Правилата са поместени в Регламент (ЕС) № 609/2013⁴², като целевата група деца на Регламента са кърмачетата⁴³ и малките деца⁴⁴. Основните задачи, които си поставя Регламентът, са осигуряване на здравословни и безопасни храни, като по този начин се осигури високо равнище на защита на здравето и нормалното развитие на кърмачетата и малките деца. Разпоредбите на Регламента са допълнени с Наредба за изискванията към преработените храни на зърнена основа и към детските храни, предназначени за кърмачета и малки деца⁴⁵, в която се определят изискванията към състава, характеристиките и етикетирването на преработените храни на зърнена основа и на детските храни, предназначени да задоволят специфичните хранителни потребности на кърмачета и малки деца в добро здраве.

По отношение на безопасността на продуктите, за производителите, вносителите и дистрибуторите са предвидени идентични задължения, когато считат, че предлаганите от тях продукти не отговарят на изискванията за безопасност. В този случай, те трябва да информират потребителите, КЗП, както и всички участници във веригата на доставки. Освен това, ако е необходимо продуктите трябва да се изтеглят или изземат⁴⁶.

Когато КЗП установи, че продуктите не отговарят на изискванията за безопасност, тя може да наложи принудителни административни мерки – спиране на доставката на продукта, изтеглянето му от пазара или изземването му от потребителите и унищожаването му. Освен принудителни административни мерки, КЗП следва да наложи и санкции, за извършените закононарушения.

⁴⁰ Макар в наредбата да се употребява терминът деца, тя е приложима единствено за продуктите, които са предназначени за лица до 14-годишна възраст – така чл. 2, ал. 1. В предметния ѝ обхват не попадат продуктите, предназначени за децата над 14-годишна възраст.

⁴¹ Хармонизиран стандарт е европейски стандарт, разработен по мандат на Европейската комисия и Европейската асоциация за свободна търговия, който поддържа съществените изисквания на Директивите.

⁴² Регламент (ЕС) № 609/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 12 юни 2013 година относно храните, предназначени за кърмачета и малки деца, храните за специални медицински цели и заместителите на целодневния хранителен прием за регулиране на телесното тегло и за отмяна на Директива 92/52/ЕИО на Съвета, Директиви 96/8/ЕО, 1999/21/ЕО, 2006/125/ЕО и 2006/141/ЕО на Комисията, Директива 2009/39/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и Регламенти (ЕО) № 41/2009 и (ЕО) № 953/2009 на Комисията. Регламент (ЕС) № 609/2013 е допълнен с Делегиран Регламент (ЕС) 2016/127 на Комисията от 25 септември 2015 година.

⁴³ Съгласно чл. 2, § 2, б. „а“ от Регламент (ЕС) № 609/2013, „кърмаче“ означава дете под 12-месечна възраст

⁴⁴ Съгласно чл. 2, § 2, б. „б“ от Регламент (ЕС) № 609/2013, „малко дете“ означава дете на възраст между една и три години

⁴⁵ Приета с ПМС № 145 от 29.06.2022 г.

⁴⁶ Чл. 9, чл. 11 и чл. 12 от Регламент (ЕС) 2023/988

Новост в уредбата на Регламент (ЕС) 2023/988 представлява защита, която се дава на потребителите, когато продуктът, който не е безопасен, бъде иззет. Тогава потребителите разполагат със следните възможности: 1) продуктът да бъде поправен; 2) замяна с безопасен продукт от същия вид, с поне същите стойност и качество; 3) възстановяване на стойността на иззетия продукт, стига тя да е поне равна на цената, която потребителят е платил за него.

Освен тези възможности, ако за потребителя са произтекли вреди от опасния продукт, той може да претендира обезщетение. В съдебната практика се приема, че източник на това задължение е непозволеното увреждане⁴⁷.

IV. Единен пазар на цифрови услуги

От 17.02.2024 г. започна да се прилага изцяло Регламент (ЕС) 2022/2065 на Европейския парламент и на Съвета от 19 октомври 2022 година относно единния пазар на цифрови услуги и за изменение на Директива 2000/31/ЕО (Акт за цифровите услуги)⁴⁸. В чл. 1 от Регламент (ЕС) 2022/2065 е посочено, че неговата цел е да се създаде и гарантира безопасна, предвидима и надеждна онлайн среда. В изпълнение на поставената задача са предвидени специални правила – отнасящи се до непълнолетните и малолетните, които използват онлайн услуги.

В глава III на Регламент (ЕС) 2022/2065 са поместени задълженията за дължима грижа за прозрачна и безопасна онлайн среда. За доставчиците на посреднически услуги е предвидено, че те трябва да изготвят своите общи условия по разбираем начин за малолетните и непълнолетните, когато услугите са насочени предимно към тази аудитория. Доколкото общите условия се изготвят, за да се използват при сключването на множество еднотипни договори, може да се приеме, че това задължение следва да бъде изпълнено още преди доставчиците на посреднически услуги да се намират в преддоговорни отношения с потребителите. Общите условия трябва да са така написани, че в етапите на водене на преговори (доколкото може да се говори за водене на преговори при сключването на договори при общи условия) и сключване на договора, потребителите да са в състояние да възприемат последиците, които ще настъпят от сключения договор и да направят информиран избор.

В разпоредбата на чл. 28, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/2065 е въведено задължението за доставчиците на онлайн платформи да въведат мерки за гарантиране на високо равнище на неприкосновеност на личния живот, безопасност и сигурност, когато платформите са достъпни за непълнолетни и малолетни.

Също така, в чл. 28, параграф 2, е предвидена и забрана за използването на реклами въз основа на профилиране, когато може да се установи с достатъчна сигурност, че непълнолетни и малолетни лица използват услугата. Разпоредбата на чл. 28, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/2065 разкрива известно сходство с тази на чл. 19д, ал. 9 от ЗРТ, но между тях има съществени различия. И двете са насочени към доставчиците на онлайн платформи, но кръгът на задължените лица по ЗРТ е по-тесен, тъй като се отнася единствено до

⁴⁷ Решение № 262317 от 08.10.2021 г. по гр. д. № 2260 / 2020 г. на XII състав на Районен съд – Пловдив; Решение № 1815 от 08.07.2022 г. по в. гр. д. № 10054 / 2021 г. на Софийски градски съд

⁴⁸ В член 93, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/2065 е посочено, че по изключение част от разпоредбите на Регламента се прилагат още от 16.11.2022 г.

платформите за споделяне на видеоклипове, докато разпоредбите на Регламента се отнасят до всички онлайн платформи. Този извод може да се направи от легалната дефиниция за онлайн платформа, дадена в чл. 3, б. „и“ от Регламент (ЕС) 2022/2065. Според цитираната разпоредба, „онлайн платформа“ означава хостинг услуга, която по искане на получател на услугата съхранява и разпространява информация сред обществеността, освен ако тази дейност не е незначителна или изцяло спомагателна характеристика на друга услуга или незначителна функция на основната услуга и поради обективни и технически причини не може да бъде използвана без тази друга услуга, и ако интегрирането на характеристиката или функцията в другата услуга не е средство за заобикаляне на приложимостта на настоящия Регламент“. Освен това, в цитираната разпоредба от ЗРТ е предвидено, че личните данни на децата не могат да се използват за директен маркетинг, профилиране и съобразена с поведението реклама, докато в Регламент (ЕС) 2022/2065 се забранява единствено използването на личните данни на децата за показването на реклами въз основа на профилиране. Следва да се има предвид, че анализираната разпоредба от ЗРТ следва да продължи да се прилага и след влизането в сила на Регламент (ЕС) 2022/2065, тъй като с нея се транспонира част от Директива 2010/13/ЕС, а съгласно чл. 2, §4, б. „а“ от Регламента, той не засяга правилата установени в тази Директива.

V. De lege ferenda

В изложението до тук в основни линии бяха очертани механизмите за защита на децата в качеството им на потребители. Към настоящия момент специалните правила за децата в потребителското право са свързани предимно с нелоялните търговски практики, рекламата, защитата на личните данни и безопасността на стоките и услугите. Едва с Регламент (ЕС) 2022/2065 започна да се обръща внимание на съставянето на договорни условия, когато те са специално насочени към деца. На този подход следва да се даде положителна оценка, тъй като децата в много случаи действат като активни потребители и следва техните права да бъдат гарантирани при сключването на договори. Според изследване от 2022 г. на Френската банкова федерация, направено съвместно с международна социологическа агенция, най-често децата правят първата си самостоятелна покупка средно на 9 години, а първата си онлайн покупка на 10 години и половина⁴⁹. От този момент те стават активни участници в гражданския оборот.

В ЗЛС е предвидено, че малолетните са недееспособни и техните законни представители извършват правни действия от тяхно име⁵⁰. В чл.4, ал.2 от ЗЛС е предвидено, че непълнолетните са ограничено дееспособни, те извършват правни действия със съгласието на своите родители или попечители. Изключения от това правило са налице в следните

⁴⁹ <https://www.fbf.fr/fr/barometre-2022-education-financiere-enfants/> Френската банкова федерация – професионалният орган, който представлява всички банки, установени във Франция.

⁵⁰ Тук отново се откроява един проблем, който се обсъжда от десетилетия в българската правна литература – кога следва да настъпва дееспособността на физическите лица. В действителност повечето лица започват да сключват сделки още докато са малолетни, като проф. Таджер описва този феномен като „несъответствие с живота“. Подробно по темата вж. Таджер В. Проблеми на гражданската правоспособност и дееспособност на ненавършилите пълнолетие, ГСУ, ЮФ, 66, 1975-1976, с. 117 – 157 (Tadzhher V. Problemi na grazhdanskata pravospobnost i deesposobnost na nenavarshilite palnoletie, GSU, YuF, 66, 1975-1976, s.117-157)

случаи: 1) за обикновени дребни сделки, с които непълнолетните задоволяват текущите си нужди; 2) за сделки, при които използват средства придобити чрез труд; 3) в чл. 130, ал. 3 от СК изчерпателно посочени сделки, които могат да бъдат сключени след разрешение на районния съд; 4) в чл.130, ал.4 от СК са изброени сделки, които изрично е забранено да бъдат сключвани от непълнолетни лица.

Що се касае до въпроса дали е необходима засилена защита на децата при сключване на сделки и определянето на тяхното съдържание, трябва да се направят няколко отграничения. Считам че, по отношение на малолетните не е необходимо да се правят законодателни промени, доколкото сделките се сключват от техните законни представители, които са дееспособни лица. При непълнолетните отговорът на поставения въпрос няма да е еднозначен. Когато непълнолетните сключват сделки, за които е необходимо съгласието на родител или ако сделката попада сред тези, за които трябва разрешение на районния съд, не следва да се предвиждат допълнителни механизми за защита, тъй като при сключването на сделката непълнолетните са получили съдействие, като по този начин се цели да се избегне увреждането на техните интереси.

Като обикновени дребни сделки за задоволяване на текущите нужди се определят тези сделки, с които се задоволяват ежедневни нужди – за храна, учебни пособия, стоки и услуги за задоволяване на духовни потребности⁵¹. Дали е налице обикновена дребна сделка се преценява за всеки отделен случай⁵². В днешно време много от сделките, които сключват непълнолетните онлайн, попадат именно в графата на обикновените дребни сделки, тъй като те са на сравнително ниска стойност и целят задоволяване на техни текущи нужди, обикновено свързани с играенето на видеоигри и покупки в приложения⁵³. Освен при обикновените дребни сделки, непълнолетните действат изцяло самостоятелно и когато се разпореждат с това, което са придобили чрез своя труд. В тази хипотеза за непълнолетния не съществуват ограничения по отношение на стойността на сделката. Ето защо намирам за удачно да се помисли как могат да се гарантират правата на непълнолетните, когато сключват обикновени дребни сделки и сделки, при които се разпореждат с това, което са придобили със своя труд.

На първо място, може да се въведе изрично изискване как следва да се предоставя информация на потребителите, когато те са непълнолетни. Стъпки в тази насока могат да се открият в съображение 34 от Директива 2011/83/ЕС⁵⁴, където е предвидено, че търговецът следва да предостави на потребителя ясна и изчерпателна информация, преди потре-

⁵¹ Павлова М. Гражданско право обща част. Второ преработено и допълнено издание, С. Софи-Р, 2002, с. 256 (Pavlova M. Grazhdansko pravo obshta chast. Vtoro preraboteno i dopalнено izdanie, S. Sofi-R, 2002, s. 256)

⁵² Павлова М. Цит. съч., с. 257

⁵³ В съобщението на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите „Цифрово десетилетие за децата и младежите: новата европейска стратегия за под-добър интернет за децата (VIK+)“ се посочва, че 84% от децата на възраст 11 – 14 години и 74% от младежите на възраст 15 – 24 години играят видеоигри.

⁵⁴ Директива 2011/83/ЕС на европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 година 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

бителят да се обвърже с договор, като също така търговецът трябва да отчете специфичните потребности на потребителите, които са особено уязвими поради умствен, физически или психически недостатък, възраст или доверчивост. В ЗЗП е транспонирано задължението за предоставяне на ясна и разбираема информация, но липсва изрично задължение за търговците при предоставяне на информация да съобразяват потребностите на уязвимите групи потребители, сред които попадат децата. Подобно задължение следва да залегне и в ЗЗП. Когато търговците предоставят информация за договорите на непълнолетни потребители, информацията трябва да бъде достъпна за лицата от съответната възрастова група и да е съобразена с развитието, което има едно непълнолетно лице.

На следващо място, трябва да се засили контролът върху съдържанието на договорите, сключвани от непълнолетни, в случаите, когато действат изцяло сами. За постигането на тази цел могат да се направят изменения в уредбата на неравноправните клаузи. Една от възможните стъпки в тази насока е създаването на „черен списък“ с клаузи, за които е налице необорима презумпция, че са винаги неравноправни, който да е приложим единствено към категорията на непълнолетните потребители и в който да е налице по-детайлна уредба от сегашната, намираща се в чл. 143, ал. 2 от ЗЗП. Наличието на повече от един списък с неравноправни клаузи е характерно за немското и френското законодателство.

VI. Заключение

В последните няколко години се наблюдава засилена активност на европейско и национално ниво за приемането на актове, свързани с потребителското право, които да гарантират безопасна и благоприятна среда за децата потребители. Защитата, която законодателството предоставя на децата е всеобхватна, като се започне от етапа на рекламиране на стоките и услугите и се достигне до изискванията за безопасност на продуктите, които се пускат на пазара. Особен акцент се поставя на правата, с които разполагат децата в цифровата среда, тъй като това е мястото, на което децата са изложени на най-голям риск, особено що се касае за маркетинговите похвати, възползващи се от неопитността на децата. В потребителското право следва да се предприемат законодателни мерки относно изискванията за сключване на договори и определяне на съдържанието им, когато една от страните по тях е непълнолетно лице.