

**РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ**  
**ЧЕТИРИДЕСЕТ И ВТОРО НАРОДНО СЪБРАНИЕ**

**ПРОЕКТ**

**ЗАКОН ЗА ИЗМЕНЕНИЕ И ДОПЪЛНЕНИЕ**  
**НА ЗАКОНА ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

(Обн. ДВ. бр.102 от 2008 г., изм. ДВ. бр. 42 от 2009 г., бр. 54 и 97 от 2010 г., бр. 73 от 2011 г., бр. 38 от 2012 г., бр. 15 от 2013 г.)

§ 1. В чл. 1, ал. 2 след думите „положение на пазара“ се добавя „злоупотреба със значителна пазарна сила“.

§ 2. В чл. 8 се правят следните изменения и допълнения:

1. Създават се нови т. 11 и 12:

„11- приема методики за извършваните производства по глава четвърта, изготвени в съответствие с общите принципи на конкурентното право и съобразно правото на Европейския съюз, които публикува на Интернет страницата си;

12. ежегодно до 30 юни определя предприятията по чл. 20а.“

2. Досегашните т. 11-15 стават съответно т. 13-17.

§ 3. В чл. 9, ал. 1. т. 7 числото „14“ се заменя с „16“.

§ 4. В наименованието на глава четвърта накрая се добавя „или със значителна пазарна сила“.

§ 5. Създава се чл. 20а:

„Значителна пазарна сила

Чл. 20а. (1) Значителна пазарна сила притежава предприятие, което самостоятелно или съвместно с други се ползва от позиция, равностойна на господстваща, представляваща позиция на икономическа сила, която му позволява да следва поведение до съществена степен независимо от доставчици, потребители и крайни потребители, тъй като неговите доставчици или купувачи са зависими от него.

(2) Критериите за определяне и оценка на пазарното положение на предприятията по ал. 1 се определят в Методика за извършване на проучване и определяне на пазарно положение на предприятията на съответния пазар по чл.8, т. 11 /или по реда на Глава шеста/.“

§ 6. В чл. 21 се правят следните изменения и допълнения:

1. В заглавието накрая се добавя „или със значителна пазарна сила“.

2. Досегашният текст става ал. 1 и в нея в т. 2 думите „и техническото развитие“ се заменят с „техническото развитие и инвестициите“;

3. Създава се ал. 2:

„(2) Забранено е поведението на предприятия със значителна пазарна сила, както и на две или повече предприятия със значителна пазарна сила, което може да предотврати, ограничи или наруши конкуренцията и да засегне интересите на потребителите в случаите по ал. 1, както и:

1. прилагане на различни условия по отношение на еквивалентни сделки с други търговски партньори, като по този начин ги поставя в сравнително по-неблагоприятно отношение;

2. поведение в противоречие с добросъвестната търговска практика по начин, по който уврежда или може да увреди интересите на конкурентите, или би могло:

а) да ограничи доставката или откаже предлагане към потребителя на стока под притежавана от производител регистрирана собствена търговска марка, в случаите когато предприятието със значителна пазарна сила предлага същия продукт със своя марка;

б) да пречатства търговски партньор да предоставя същите или по-добри условия на трети лица, включително налагане на санкции за такива случаи."

§ 7. В чл. 28 се създава т. 4:

„4. проектите на типови договори и/или общи условия за доставка на стоки и услуги и предложенията за промени в тях на определените от комисията предприятия със значителна пазарна сила."

§ 8. В чл. 36, ал. 3 числото „14" се заменя с „16".

§ 9. В чл. 44, ал. 3 думите „приета от комисията методика" се заменят с „приети от комисията методики".

§ 10. В чл. 60, ат. 1, т. 20 накрая се добавя „или по проекти на типови договори и/или общи условия за доставка на стоки и услуги на предприятия по чл.20а. както и по проекти за промени в типов договор или общи условия".

§ 11. В чл. 92, ал. 5 се създава т. 3:

„3. задължава предприятията по чл. 20а да направят промени в проектите на типови договори и/или общи условия, когато това е необходимо за привеждането им в съответствие с правилата на конкуренцията, да поддържат на интернет страницата си публикувани одобрените типови договори и/или общи условия и да ги прилагат в отношенията си с доставчици или купувачи".

## ПРЕХОДНИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

§ 12. (1) В ... срок от влизане в сила на този закон Комисията за защита на конкуренцията:

1. приема изменения и допълнения на Устройствения правилник на Комисията за защита на конкуренцията;

2. изготвя и публикува на интернет страницата си за публично обсъждане проект на методиката по чл. 20а, ат. 2 и приема методиката.

(2) В ... срок от влизане в сила на този закон Комисията за защита на конкуренцията определя предприятията по чл. 20а и публикува списъка им на интернет страницата си.

§13. Този закон влиза в сила

## МОТИВИ КЪМ ПРОЕКТ НА ЗАКОН ЗА ИЗМЕНЕНИЕ И ДОПЪЛНЕНИЕ НА ЗАКОНА ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА

Законът за защита на конкуренцията има за цел да осигури защита на конкуренцията и да създаде условия за разширяването ѝ. Той урежда отношенията във връзка с прилагане на чл.81 и чл. 82 от Договора за създаване на Европейската общност /чл.101 и чл.102 от Договора за функциониране на Европейския съюз/, както и прилагането на Регламент (ЕО) №1/2003 на Съвета от 16 декември 2002 год. Относно изпълнението на правилата за конкуренция, предвидени в чл.81 и чл. 82 от Договора.

Проектът на Закона за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията има за цел да допълни съществуващите разпоредби с цел създаване на условия за осъществяване последователна политика за защита на националните пазари, производството, доставката и дистрибуцията на стоки и услуги, чрез осигуряване условия на равнопоставеност при водене на преговори при реализиране на търговски сделки и да предотврати нелоялните търговски практики /НТП/.

При изготвяне на Законопроекта беше проучена практиката в други европейски държави, като Чехия, Великобритания, Германия.

В различните държави тези отношения са регулирани по различни начини и чрез различни нормативни уредби. В някои от тях има отделни закони, като те повече се отнасят за селскостопанските стоки, а в други има действащи етични кодекси на поведение.

Европейската комисия е изготвила Зелена книга относно нелоялните търговски практики по веригата за доставки на хранителни и нехранителни стоки между стопански субекти в Европа.

В нея са описани наблюдаваните нелоялни търговски практики /НТП/, в резултат на проучвания и разследвания в много от държавите-членки на ЕС на тези практики, които са познато явление по веригата за доставки на хранителни и нехранителни стоки между стопански субекти.

В Зелена книга се разглежда веригата за доставки на хранителни и нехранителни стоки между стопански субекти-веригата от сделки между предприятия или между предприятия и държавни органи, която води до доставката на стоки, предназначени главно за личното потребление. Веригата на доставки се състои от редица участници (производители/преработватели/дистрибутори), които влияят върху крайната цена, заплащана от потребителя. Това влияние е различно в хранителния и нехранителния подсектор. Добре функциониращата верига за доставки на хранителни и нехранителни стоки между икономическите оператори е от ключово значение, за да могат тези сектори да достигнат максималния си икономически потенциал.

В отношенията по веригата за доставки на хранителни и нехранителни стоки между стопански субекти се наблюдават практики, които са в грубо противоречие с доброто търговско поведение и са в разрез с принципите на добросъвестност и почтеност при извършване на сделки. Обикновено НТП се налагат от по-силната страна на по-слабата в условията на дисбаланс на отношенията между тях.

Комисията е констатирала в резултат на направените проучвания в областта на веригата за доставки на хранителни и нехранителни стоки между стопански субекти, наличието на седем вида НТП, както следва:

**1. Двусмислени договорни условия.** Неясните договорни условия, които дават възможност за налагане на допълнителни задължения на по-слабата договаряща се страна.

**2. Липса на писмени договори.** Упражняването на НТП се улеснява при липсата на писмени договори, тъй като страните нямат трайно доказателство за условията, по които е постигнато съгласие.

**3. Изменения на договора със задна дата.** Промени със задна дата, като например удръжки от фактурираната сума за покриване на таксите за промоция, едностранни отстъпки въз основа на продадените количества, такси за включване в каталог и др. може на пръв поглед да изглеждат законни, но те могат да бъдат нелоялни, освен ако предварително не са били конкретно договорени.

**4. Нелоялно прехвърляне на търговски риск.** Основна категория подобни практики е прехвърлянето на риска към другата страна, например чрез прехвърлянето на отговорност за откраднати стоки изцяло на доставчика, финансиране на частни стопански дейности на другата страна, задълженията за компенсирание на загуби, понесени от търговския партньор, или дълги забавяния на плащането.

**5. Непочтено използване на информация.** Констатирани са редица НТП, които могат да бъдат свързани с „непочтено“ използване на информация, въпреки че е законно страната да иска информация относно предлаганите продукти.

Комисията с публикувала проучване на икономическите и правни аспекти, свързани с незаконното използване, присвояване и съдебните спорове относно поверителността на търговската информация и тайни.

**6. Нелоялно прекратяване на търговски отношения.** Внезапно и неоправдано прекратяване на търговските отношения или прекратяване без предизвестие също представлява основен вид НТП.

**7. Териториални ограничения на доставките.** Териториалните ограничения на доставките, наложени от някои многонационални доставчици, може да възпрепятстват търговци на дребно да се снабдяват с идентични стоки от дистрибуторски център в чужбина и да ги разпространяват в други държави членки.

Тези НТП действат с пълна сила и на нашия пазар, като оказват изключително негативно влияние, както между доставчик купувач, така и върху крайния потребител.

След като беше направен анализ на българската нормативната уредба и тази в другите страни членки и бяха проучени нелоялните търговски практики при доставка на хранителни и нехранителни стоки, предмет на Зелената книга и практиката в тези отношения на българския пазар се наложи извода, че в нашите условия и в настоящия момент по-удачно и бързо е изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията.

В Проекта на Закона за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията се въвежда понятието „значителна пазарна сила“ за предприятие, което самостоятелно или съвместно с други се ползва от позиция, равностойна на господстваща, представляваща позиция на икономическа сила, която му позволява да следва поведение до съществена степен независимо от доставчици, потребители и крайни потребители, тъй като неговите доставчици или купувачи са зависими от него.

Предвидено е критериите за определяне и оценка на пазарното положение на предприятията ще се определят в Методика за извършване на проучване и определяне на пазарно положение на предприятията на съответния пазар.

Въвежда се задължение за предприятията със да на „значителна пазарна сила“ правят промени в проектите на типови договори и/или общи условия, когато това е необходимо за привеждането им в съответствие с правилата на конкуренцията, да поддържат на интернет страницата си публикувани одобрените типови договори и/или общи условия и да ги прилагат в отношенията си с доставчици или купувачи.

Промените не само не противоречат на Европейското законодателство, а са в синхрон с регулациите на НТП в други европейски държави.

С окончателния вариант на Проекта на Закона за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията ще бъде изготвена финансова обосновка за ефекта от приемането му..

Проблеми по веригата доставчик купувач	Предложение за решение	Забележка
<p>1. Плащане на такси от доставчиците без да има реално предоставена услуга от ТВ:</p> <p>1.1. Първоначални такси за достъп на доставчик до търговските обекти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Такса за отваряне на филиал;</li> <li>-Такса за реконструкция на филиал;</li> </ul> <p>1.2. Такси и бонуси за стартиране на доставките на нов продукт</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- такса за листване за въвеждане на нов артикул или извеждане на продукт;</li> </ul> <p>1.3. Административна такса: еднократна такса за обработка на документи при промяна на фирмените данни на доставчика</p>	<p>Забрана за клаузи в договорите между ТВ и доставчиците за плащане на такси без реално извършване на услуга.</p>	
<p>2. Отстъпки и бонуси за реализиран оборот:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Фиксиран бонус</li> <li>-Плаващ бонус</li> <li>-Прогресивен бонус</li> <li>-Годишен бонус      Месечен      и</li> <li>тримесечен бонус</li> </ul>	<p>Забрана за начисляване и налагане на бонуси не договорени писмено и със задна дата.</p>	
<p>3. Прилагане на клаузата за "най-облагодетелстван клиент" (ПЮК)</p> <p>Клаузи и практики, водещи до обмен на информация между веригите чрез доставчиците относно нетните доставни цени на стоките.</p>	<p>Забрана на изискване от ТВ доставчиците да оферират и продават предлаганите от тях стоки на най-ниските доставни/фактурни цени. В договорите на ТВ с доставчиците да няма клаузи за "най-облагодетелстван клиент".</p>	
<p>4. Непряк обмен на стратегическа търговска информация относно маркетинговата политика</p>	<p>Забрана на изискване от страна на ТВ към доставчиците един и същ продукт да не се предлага на промоция едновременно в различни канали за дистрибуция или от различни дистрибутори и промоции.</p>	
<p>5. Непряк обмен на ценова информация между веригите чрез механизма на ценообразуване при сключването на договори с доставчиците чрез задължение или стимулиране на доставчиците да предоставят на ТВ информация относно нетните доставни цени на стоките, договорени между съответните доставчици и останалите конкурентни търговски вериги</p>	<p>Забрана да се изисква от доставчиците информация, представляваща търговска тайна /нетни обороти, продажни цени на др. купувачи и др./, както и изискване за предоставяне по-благоприятни ценови условия, отколкото тези, предоставяни на други клиенти.</p>	