

ДО  
Г-Н ПЕТЪР КЪНЕВ  
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО  
ИКОНОМИЧЕСКА ПОЛИТИКА И ТУРИЗЪМ

НАРОДНО СЪБРАНИЕ на РЕ

№ ВХ № ПГ-413-00-6  
ПОЛУЧЕНО НА 11.12.2014

КОПИЕ  
Г-Н РУМЕН ХРИСТОВ  
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО  
ЗЕМЕДИЛИЕТО И ХРАНИТЕ

**ОТНОСНО:** Законопроект за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията, сигнатура 454-01-36, внесен от група народни представители на 06.11.2014 г.

**УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА НАРОДНИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ,**

Във връзка с внесеня за разглеждане Законопроект за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията, предоставяме на Вашето внимание становището и предложенията на „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД по представения Законопроект, внесени във Временната комисия по правни въпроси.

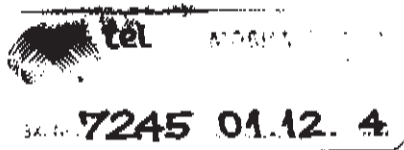
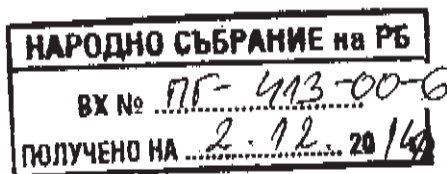
**Приложение:** Съгласно текста.

С уваж



Искра |  
Пълном  
„Мобилтел“ ЕАД

нителните директори



ДО  
Г-Н ДАНАИЛ КИРИЛОВ  
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ВРЕМЕННАТА  
КОМИСИЯ ПО ПРАВНИ ВЪПРОСИ

**ОТНОСНО:** Законопроект за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията, сигнатура 454-01-36, внесен от група народни представители на 06.11.2014 г.

**УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА НАРОДНИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ,**

Във връзка с внесения за разглеждане Законопроект за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК) (наричан по-нататък „Законопроект“), предоставяме на Вашето внимание становището и предложенията на „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД (Мобилтел) по представения Законопроект.

**I. По § 3, във връзка с § 1, § 2 и § 4 от Законопроекта относно създаване на чл. 20а и свързаните с него допълнения на чл. 1, ал.2, наименованието на глава четвърта и чл. 21**

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

*§ 2. В наименованието на глава четвърта накрая се добавя "или със значителна пазарна сила".*

*§ 3. Създава се чл. 20а: „Значителна пазарна сила“*

*Чл. 20а. (1) Значителна пазарна сила притежава предприятие, което не е с господстващо положение, но с оглед на своя пазарен дял, финансови ресурси, възможности за достъп до пазара, технологично равнище и стопански отношения с други предприятия може да попречи на конкуренцията на съответния пазар, 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 методиката по чл. 44, ал. 3, която комисията публикува на страницата си в интернет."*

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

*1. В заглавието накрая се добавя изразът "или със значителна пазарна сила".*

*2. Досегашният текст става ал. 1 и в нея в текста преди т. 1 след думите „господстващо положение“ навсякъде се добавя изразът „или със значителна пазарна сила“.*

*3. В чл. 21 се създава т. 6 със следното съдържание:*

*„6. необосновано пряко или косвено въздействие върху конкурент с цел отстраняването му от съответния пазар.“*

## 1.1. Относно предложение за създаване на нов чл.20а, ал. 1 от ЗЗК.

### 1.1.1. Преценка относно съответствието с националното законодателство.

Законопроектът предвижда уредба на понятието „значителна пазарна сила“, както и на производството по установяване на злоупотреба със значителна пазарна сила. Мобилтел не споделя изложените от вносителите мотиви относно необходимостта от предложените промени. Необходимостта е обоснована с обстоятелството, че понятието „значителна пазарна сила“ се въвежда 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.**

Считаме, че уредбата на значителната пазарна сила следва да отпадне от проекта, тъй като дори антиконкурентното поведение на участник на пазара, да не представлява злоупотреба с господстващо или монополно положение, то и към настоящия момент е налице механизъм, посредством който подобно поведение може да бъде санкционирано, в случая, видно от изложените по-горе мотиви се прави известно смесване на понятия, тъй като „значителна пазарна сила“ се обяснява посредством господстващо положение. За постигането на ефективно правоприлагане в областта на злоупотребите със „значителна пазарна сила“ е необходимо да се уреди точна и недвусмислена дефиниция на понятието „значителна пазарна сила“, а оттам и да се даде възможност за ясно и непротиворечиво прилагане на критериите за установяването ѝ в конкретни случаи. Така например, ако е изпълнен фактическият състав, предвиден в чл. 29 от ЗЗК, то всеки участник ще бъде санкциониран за антиконкурентния ефект, който е възможно да има или е налице от поведението му. Общата забрана по чл. 29 от ЗЗК може да се прилага както паралелно със специалните състави по глава седма на ЗЗК, така и самостоятелно, което се извежда от използването на обобщаващия израз „всяко действие или бездействие“. За приложението на тази разпоредба не е необходимо да е налице пряко увреждане на конкурентни отношения, достатъчно е да съществува възможност за това. В този смисъл общата забрана визира освен настъпването на пряк резултат от реалното увреждане и потенциалната възможност такова увреждане да настъпи.

Следователно, действащото законодателство съдържа механизъм, посредством който поведението на даден участник на пазара може да бъде санкционирано, ако то противоречи на добросъвестната търговска практика и създава опасност от увреждане на интересите на конкурентите. **Този механизъм може да бъде приложен независимо от пазарния дял, финансови ресурси, възможности за достъп до пазара, технологично равнище и стопански отношения на даден участник на пазара с други предприятия, посочени като мотив за предложението.**

В допълнение, моля да имате предвид, че глава Трета от ЗЗК урежда забранените споразумения, решения и съгласувани практики. В контекста на целите на закона КЗК многократно е посочвала в своята практика, че *„специфичната цел на общата забрана за антиконкурентни споразумения, решения или практика е да гарантира на всяко предприятие, което реално участва на съответния пазар или потенциално би могло да навлезе на него, възможността самостоятелно, свободно и независимо да определя както стопанската си политика, така и конкретното си пазарно поведение на*

съответния пазар, включително и спрямо своите партньори, доставчици и клиенти“.<sup>1</sup> В този смисъл вертикалните споразумения, сключени между предприятия, които осъществяват стопанска дейност на различни нива на производството и дистрибуцията, са обект на ex-post контрола, осъществяван от КЗК и към настоящия момент. Освен това, доколко определянето на търговски условия, свързани с определени ограничения, може да попречи на конкурентната среда, е въпрос на преценка във всеки конкретен случай, поради което е необходим индивидуален подход при преценка на значението на налагането на търговски условия. В закона се предвижда забрана за злоупотреба със значителна пазарна сила, като в чл. 21 от проектозакона са предвидени едни и същи форми на забранено поведение както за предприятията със значителна пазарна сила, така и за предприятията с господстващо положение на съответния пазар, без да се държи сметка за различната степен на пазарно присъствие, освен това размерът на санкциите не е диференциран. По този начин ЗЗК ще постави в еднакво положение предприятия, които имат господстващо положение с предприятия, които имат значителна пазарна сила. Считаме, че по този начин ще се създаде прекомерна регулация на стопанската дейност, чиято свобода е гарантирана и от чл. 19 от КРБ.

Законопроектът създава неяснота относно бъдещото му прилагане и тълкуване. На първо място считаме, че ЗЗК е общ закон и следва да цели защита на конкуренцията като цяло. Регулирането на конкретни пазари следва да се осъществи чрез промени в специфичното секторно законодателство, а не чрез промяна на общия конкурентен закон.

Съгласно дефиницията на господстващото положение по смисъла на ЗЗК, това е положение при което предприятието е независимо от своите конкуренти, доставчици или купувачи с оглед на своя пазарен дял, финансови ресурси, технологично равнище, възможности за достъп до пазара и т.н. Тоест това е неговото положение спрямо всички участници на съответния пазар. Следва да се обърне внимание и на публикуваната на сайта на КЗК „Методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар“ (Методика/та). В Методиката са уредени редът за определяне на съответен пазар, като са дефинирани и съответните понятия. Видно от текста на документа при определяне на съответния пазар, КЗК изследва конкурентните условия на него, като на първо място се изследва наличието на взаимозаменяемост при търсенето. Посочено е, че при определянето на съответния продуктов пазар, КЗК придава основно значение на взаимозаменяемостта на търсенето. Съгласно Методиката *„Едно предприятие (или група от предприятия) не може да има значително и преобладаващо влияние върху условията на продажби, основно върху цените, ако неговите клиенти (потребители) са в състояние лесно да преминат към потребление на взаимозаменяем продукт или към доставчик, разположен в съседен географски район.“* Тоест приема се че ако клиентите (доставчици/купувачи) не могат да сменят едно предприятие с друго, предоставящо взаимозаменяем продукт, то те са зависими от първото предприятие.

При изследване наличието на индивидуално господстващо положение КЗК изследва посочени в Методиката фактори, включително и натиска, оказван от клиентите на предприятието благодарение на пазарната им мощ при договаряне на условия (уравновесяваща покупателна мощ). Дори предприятие с голям пазарен дял може да не е в състояние да действа до голяма степен независимо от клиентите си с достатъчна мощ при договарянето на условия. В тази връзка, съгласно Методиката следва да се

<sup>1</sup> Решение № 576/15.07.2008 г. на КЗК



отчитат големината на клиентите и търговската им важност за предприятието, както и тяхната способност бързо да преминават към конкурентен доставчик.

С оглед на изложеното следва безспорният извод, че при преценка на наличието на индивидуално господстващо положение КЗК извършва оценка на различни фактори, включително натиска, оказван от клиентите на предприятието благодарение на пазарната им мощ. Липсата на такъв натиск би могло да е знак за наличие на господстващо поведение. Това обаче е един от факторите, които се изследват от КЗК при оценка за наличие на господстващо положение. Недопустимо е този фактор да се извежда като отделно и самостоятелно нарушение по смисъла на ЗЗК, като той се поставя в равностойно положение със злоупотребата с господстващо положение по отношение на забранени поведения и санкции.

Ако се приеме предложението за нов чл. 20а би могло да се стигне да ситуация, в която едно предприятие да е със значителна пазарна сила спрямо определен конкурент, а да няма такава по отношение на друг конкурент. Тоест приложението на този текст ще бъде субективно, а не обективно понятие, тъй като ще зависи от всеки конкретен случай.

Всичко това създава опасност от свръхрегулация и намеса на държавата в свободния стопански оборот и ще създаде неяснота за пазарните участници. Не на последно място искаме отново да обърнем внимание, че не е налице диференциация по отношение на санкциите за злоупотреба с господстващо положение и за злоупотреба със значителна пазарна сила.

### **1.1.2. Преценка относно съответствието с правото на ЕС.**

Видно от изложените от вносителите мотиви ЗЗК „уредва отношения, във връзка с прилагането ..... на Регламент № 1/2003 г. относно изпълнението на правилата на конкуренцията...“ Прилагането на „господстващото положение“ следва да изключва едновременното прилагане на „значителна пазарна сила“ по отношение на едно и също предприятие в един и същи случай. В този смисъл концепцията за „значителна пазарна сила“ следва да се разглежда като „по-стриктно национално право“, което може да се прилага по отношение на едностранното поведение на предприятията, когато те все още не са достигнали такова равнище на пазарна независимост, което да може да ги определи като предприятия с „господстващо положение“ на съответния пазар. Въпреки че подобно законово положение, уредено в ЗЗК, би съответствало на все още приложимото правило за сближаване, уредено в чл. 3, ал. 2 от Регламент на Съвета № 1/2003 г., което предоставя на държавите членки на ЕС възможност „да прилагат на своя територия по-стриктно национално право (в сравнение с чл. 102 от ДФЕС) което забранява или санкционира едностранно следва да се държи сметка и за становището, отразено в §. 21 и §. 22 на Доклада на ЕК относно функционирането на Регламент № 1/2003, а именно: „Разликите в стандартите по отношение на едностранното поведение бяха критикувани от стопанските и правните среди, според които разликите в стандартите нарушават целостта на бизнес стратегиите, които обикновено се формулират на паневропейско или дори световно равнище. Този въпрос следва да се разгледа допълнително, както по отношение на оценката на създадените се проблеми, така и във връзка с оценката на нуждите за действие на европейско равнище.“ С оглед изложеното, моля да имате предвид инициативата на ЕК за преразглеждане на правилото за сближаване по чл. 3, ал. 2 от Регламент № 1/2003 г. и

евентуално отпадане на възможността на държавите-членки на ЕС да прилагат по-стриктно националното право относно едностранното поведение на предприятията в сравнение с чл. 102 от ДФЕС.

На следващо място, като и с оглед изложените от вносителите на Законопроекта мотиви, моля да вземете предвид, че някои държави-членки на ЕС, като Словакия и Ирландия, са приложили по-стриктно национално право относно едностранното поведение по отношение не на всички икономически отрасли, а само на тези, при които са идентифицирани посочените практики, а именно хранителни стоки и други стоки за търговия на дребно § 163<sup>2</sup> от Работните документи към Доклада на ЕК относно функционирането на Регламент № 1/2003. При преценка на изложените от вносителите мотиви, следва да бъде отчетено, че в сектора на електронните съобщения концепцията за значителна пазарна сила има своята специфична уредба, която не е съобразена при изготвяне на проекта. В този сектор контролът е освен ex-post (последващ), прилаган от Комисията за защита на конкуренцията, но и ex-ante (предварителен контрол), който се осъществява не от органа по конкуренция, а от независим и специализиран секторен регулатор, какъвто е Комисията за регулиране на съобщенията (КРС). От съществено значение е, че концепцията за ex-ante регулиране на съответните продуктов пазари и пазари на услуги не изисква да е налице извършено нарушение на действащото законодателство, а изследва възможността за възникване на потенциални конкурентни проблеми. Насоките на Комисията за извършване на пазарен анализ и оценка на предприятия със значително въздействие съгласно Регулаторната рамка за електронни съобщителни мрежи и услуги (2002/С 165/03) предвиждат конкретни критерии, които се прилагат при оценка на значителната пазарна сила.

Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 07.03.2002 г. относно общата регулаторна рамка за електронни съобщителни мрежи и услуги (Рамкова директива), изменена с Директива 2009/140/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 25.11.2009 г. урежда процедурата по дефиниране на съответните пазари и определяне на предприятия със значително въздействие на тях. При анализа на съответствието, следва да се има предвид, че документите на ЕС, уреждащи детайлно принципите на ex-ante регулирането, използват термина *significant market power*, т.е. в буквален превод значителна пазарна сила. Параграф 2 от чл. 14 от ДИРЕКТИВА 2002/21/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 7 март 2002 година относно общата регулаторна рамка за електронните съобщителни мрежи и услуги (Рамкова директива) дава дефиниция на Предприятие със значителна пазарна сила в контекста на електронните съобщения, както следва:

*„Член 14*

*Предприятия със значителна пазарна сила*

....

*2. Счита се, че предприятие притежава значително влияние на пазара, ако, било самостоятелно или съвместно с други, то има положение, равностойно на господстващо, т. е. положение на икономическа сила, даващо му възможността да действа в осезателна степен независимо от конкурентите, клиентите и в крайна сметка – потребителите.”*

---

<sup>2</sup> COMMISSION STAFF WORKING PAPER accompanying the COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND COUNCIL Report on the functioning of Regulation 1/2003 {SEC(2009)574}

Видно от редакцията на текста, понятието за значителна пазарна сила в контекста на европейското законодателство не следва да се различава концептуално от понятието за господстващо положение. Разликата идва от целта на регулирането и мерките за въздействие, които могат да бъдат наложени от съответния регулаторен орган.

Съгласно параграф 31 от Насоките на Комисията за извършване на пазарен анализ и оценка на предприятия със значително въздействие съгласно Регулаторната рамка за електронни съобщителни мрежи и услуги (2002/С 165/03), „На практика, не са изключени паралелни процедури на ex-ante регулиране и на кокурентноправно регулиране следва да се отбележи, че могат да се породят по отношение на различни проблеми на пазара. Кокурентноправните регулатори могат тогава да проведат собствен пазарен анализ и да наложат подходящи мерки независимо от специфичните мерки за въздействие в сектора на електронните съобщения. Следва да се отбележи, че такова едновременно налагане на мерки от различни регулатори ще следва да е насочено към различни проблеми на такива пазари.“ Същевременно, според параграф 70 от Насоките, дефиницията на Рамковата директива за предприятие със значителна пазарна сила (посочена по-горе в настоящото становище) е дефиницията, която Съдът на Европейските общности придава на понятието за господстващо положение, съгласно Чл. 82 от Договора за създаване на Европейската общност. Независимо от това обаче, ЕК препоръчва тази синхронизирана дефиниция да се подложи на методологични уточнения по отношение на оценката на пазарната сила, като посочва, че националните регулаторни органи в областта на електронните съобщения следва да разчитат на друг тип инструментариум от този, който използват кокурентноправните регулаторни органи, при прилагането на чл. 82 от Договора. Тази разлика идва от характерът на ex-ante регулирането – перспективна оценка на пазара, а не базирано на извършени нарушения.

Концепцията за значително въздействие върху пазара в сектора на електронните съобщения е намерила съответна уредба и в българското законодателство. Съгласно Закона за електронните съобщения КРС определя, анализира и оценява съответните пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция в съответствие с общите принципи на кокурентното право и специфичните национални условия, определя предприятия със значително въздействие върху пазара и след преценка на необходимостта от това налага, продължава, изменя и/или отменя специфични задължения на предприятията, предоставящи на съответните пазари обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги. В изпълнение на своите правомощия, Комисията е приела Методиката. Критериите, които се вземат предвид при определяне на дадено предприятие като предприятие със самостоятелно значително въздействие върху пазара са изчерпателно изброени в чл. 35 от Методиката. Именно в резултат на определянето на Мобилтел като предприятие със значително въздействие на пазара на терминиране на гласови повиквания в индивидуални мобилни мрежи на дружеството са наложени специфични задължения съответно с решение № 236/17.03.2009 г. и решение № 1362/31.05.2012 г. на КРС. В резултат на определяне на дружеството като предприятие със значително въздействие на пазара на терминиране на повиквания в определено местоположение на обществената телефонна мрежа на Мобилтел, на дружеството са наложени специфични задължения и на този пазар с решение № 237/17.03.2009 г. и решение № 1361/31.05.2012 г. Следователно, значителното въздействие на Мобилтел на съответните пазари е отчетено при налагане на специфични задължения и не би следвало за целите на ex-post контрола да се използват критерии, различни от установените. След като в секторното законодателство на страната тази концепция е детайлно и прецизно дефинирана,



не е необходимо в общия Закон за защита на конкуренцията да се съдържа паралелна дефиниция.<sup>3</sup> Още повече, приемането на посочените текстове, би създадо припокриване на законови понятия и предпоставки за объркване и неясна приложимост. Не на последно място, видно от изложеното по-горе, значителната пазарна сила, се отчита и от КЗК в рамките на производството по оценка на господстващото положение.

### **1.2. Относно предложение за създаване на нов чл.20а, ал.2 от ЗЗК**

Разпоредбата на чл. 20а, ал. 2 от Законопроекта, предвижда критериите за оценка на пазарното положение на предприятията по чл. 20 и чл.20а да се определят в методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар, приета по реда на чл. 44, ал. 3. В допълнение, моля да имате предвид, че съгласно чл. 4, ал. 1 от Указ № 883 на НС за прилагане на Закона за нормативните актове, проектът на акта по прилагане на закона се изготвя заедно със законопроекта и се приема в срока на влизане на закона в сила, освен ако законът влиза в сила веднага или три дни след обнародването му. В този случай актът по прилагане на закона се приема най-късно в шестмесечен срок от влизане на закона в сила. Следователно, при публикуването на законопроекта за изменение и допълнение на ЗЗК за обществено обсъждане, би следвало проектът на Методика, която да урежда критериите за оценка на пазарното положение на предприятията със значителна пазарна сила, също да бъде представена за обществено обсъждане. Следва да бъдат отчетени и мотивите към Указ № 157 (обн., ДВ, бр. 54/01.07.2014г.), за връщане за ново обсъждане в Народното събрание на Закона за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията, приет от XLII Народно събрание на 18 юни 2014 г.

### **1.3. Относно предложението за създаване на нова т. 6 в чл. 21 от ЗЗК**

Съгласно действащата разпоредба чл. 21 от ЗЗК, забранено е поведението на предприятия с господстващо положение, което може да предотврати, ограничи или наруши конкуренцията и да засегне интересите на потребителите. За да бъде изпълнен съставът на разпоредбата на чл. 21 от ЗЗК следва да се установи, че нейният адресат е предприятие, че то има господстващо пазарно положение, по смисъла на чл. 20 от ЗЗК, както и да се докаже, че с поведението си то може да повлияе отрицателно върху конкуренцията и върху интересите на потребителите. В т. 1 - т. 5 на същата разпоредба са изброени **примерни форми на злоупотреба**. В тази връзка всяка форма на злоупотреба, която би могла да предотврати, ограничи или наруши конкуренцията и да засегне интересите на потребителите, попада в приложното поле на действащата нормативна уредба и не е необходимо допълнително утежняване на текста. В подкрепа на предложението ни е и трайната практика на КЗК, съгласно която изброяването в чл. 21 от ЗЗК не е изчерпателно.

#### **Предложение:**

1. Въз основа на гореизложените аргументи считаме, че §1, § 2, § 3 и § 4 следва да отпаднат.
2. В случай, че горното не бъде прието, следва или да бъдат предложени изменения в специфичните закони, регулиращи стопанските отрасли, където са идентифицирани посочените в мотивите практики или разпоредбата да бъде формулирана така, че да бъде стеснен кръга от правни субекти, за които възникват задължения въз основа на нея каквато, според мотивите, е целта на Законопроекта.

<sup>3</sup> В този смисъл решение № 417/24.04.2012 г. на КЗК по преспика № КЗК-177/24.02.2012 г.



## II. По § 5 относно допълнение на чл. 26.

**§ 5.** В чл. 26 се правят следните промени:

1. В ал. 1 придобива следната редакция:

„Чл. 26. (1) Комисията разрешава концентрацията, ако тя е извършена без противопоставяне на сливащо се предприятие и ако не води до установяване или засилване на господстващо положение или на значителна пазарна сила, които значително биха попречили на ефективната конкуренция на съответния пазар.“

2. В ал. 2 след думите „господстващо положение“ се добавя изразът „или значителна пазарна сила“, след което се добавя запетая.

Съгласно действащата разпоредба на чл. 26, ал. 1 от ЗЗК Комисията разрешава концентрацията, ако тя не води до установяване или засилване на господстващо положение, което значително би попречило на ефективната конкуренция на съответния пазар. При извършване оценка на концентрацията КЗК чрез съобщения в електронния регистър на Комисията уведомява всички заинтересовани лица, като им предоставя възможност да предоставят становища относно ефекта на нотифицираната концентрация върху съответния пазар. На следващо място, при оценка на характера и правната форма на нотифицираната сделка, КЗК изисква документи потвърждаващи намерението за концентрация, в зависимост от правната форма договори за сливане, вливане, придобиване на предприятие, придобиване на част от търговско предприятие по смисъла на чл. 15 от ТЗ и др. Предвид изложеното липсата или наличие на съгласие от страна на предприятието, което бива условно казано „придобито“ се изследва от антимонополната комисия.

### **Предложение:**

1. Въз основа на гореизложените аргументи считаме, че предложената с § 5 изменена разпоредба на чл. 26, ал.1 и 2, в контекста и на предложението ни по предходните параграфи следва да отпаднат.

2. В случай че горното предложение не бъде прието следва да се прецизира разпоредбата на чл. 26, ал. 1, тъй като към настоящия момент е приложима само по отношение на една от правните форми на придобиване на контрол върху предприятие.

II. По § 6, във връзка с § 8, § 9 и § 10 от Законопроекта - относно допълнение на чл.28 и свързани с него допълнения на чл.60, ал.1, т.20; чл.92, ал.1, ал.5, т.3 и ал.7 и чл.100, ал.6, т.4,:

## Становище:

§ 6. В чл. 28 се създава т. 4:

"4. проектите на типови договори и/или общи условия за доставка на стоки, предназначени за продажба, на предприятия с общ годишен оборот за предходната година над 50 млн. лева, както и предложенията за промени в тях."

§ 8. В чл. 60, ал. 1, т. 20 накрая се добавя изразът "или по проекти на типови договори и/или общи условия за доставка на стоки, по чл. 28, т. 4, както и по проекти за промени в типови договори или общи условия".

§ 9. В чл. 92, се правят следните промени:

1. В ал. 1 накрая се добавя „като в случаите на чл. 28, т. 4 предприятията изпращат на комисията проектите на типови договори и/или общи условия“.

2. В ал. 5 се създава т. 3:

„3. определя срок на предприятията по чл. 28, т. 4 да направят промени в типовите договори или общите условия, когато това е необходимо за привеждането им в съответствие с правилата на конкуренцията“

3. Създава се ал. 7:

„(7) Предприятията, получили становище по ал. 5, т. 1, включително след звършени промени в случаите по ал. 5, т. 3, са длъжни да поддържат на интернет страницата си публикувани получените оценка за съответствие типови договори и/или общи условия, както и да ги спазват при сключване на конкретни договори за периодична доставка“.

§ 10. В чл. 100, ал. 6 се създава т. 4:

„4. непредоставяне за оценка на проектите на типови договори и/или общи условия или непубликуване на интернет страницата на предприятието на типови договори и/или общи условия с оценка за съответствие, или изменение на типови договори и/или общи условия без оценка за съответствие, или сключване на договори за доставка в нарушение на типови договори и/или общи условия с оценка за съответствие“.

### 1.Принципно становище:

Като цяло съдържанието и целта на предложената разпоредба на чл.28, т.4 не са ясни дори след запознаване с мотивите към законопроекта. Това създава от една страна, опасност от противоречиво тълкуване и прилагане, а от друга страна, опасност от накръняване на икономически интереси на стопански субекти, които би следвало да не са засегнати от предполагаемото приложно поле на разпоредбата.

С предложената промяна към правомощията на КЗК, свързани с осъществяването на дейност по Застъпничество за конкуренцията се добавя извършването оценка за съответствието с разпоредбите на този закон на проектите на типови договори и/или общи условия за доставка на стоки, предназначени за продажба, на предприятия с общ годишен оборот за предходната година над 50 млн. лева, както и предложенията за промени в тях. Целта е защита на свободната инициатива в стопанската дейност и да предотврати ограничаването или нарушаването на конкуренцията.

В същото време прилагането на чл.28, т.4 е обвързано със задължение на предприятията, без да имат ясна правна рамка, сами да преценяват доколко техни типови договори и общи условия следва да бъдат предоставяни за оценка на КЗК и със

значителна санкция при неизпълнение на така формулираното неясно задължение. Задължението за предприятията да изпращат в КЗК проектите на типови договори и/или общи условия за оценки за съответствието им с правилата на конкуренцията, от една страна, и задължението им да се съобразят с дадените от Комисията оценки, от друга страна са скрепени със санкции, които да бъдат налагани от Комисията. Едновременно с това, проектозаконът не предвижда възможност за обжалване на предоставените от КЗК оценки за съответствие с правилата на конкуренцията. Подобен подход не само не съдейства за защита на конкуренцията, а напротив, представлява предпоставка за неоснователна намеса в икономическата свобода на неограничен кръг правни субекти и за нарушаване на икономическия климат на пазара, като ограничава и правото на съдебна защита на засегнатите лица.

## **2. Становище по конкретни текстове на предложените разпоредби:**

Съгласно предложената разпоредба на чл. 28, т.4 предмет на оценка от страна на КЗК са *„проектите на типови договори и/или общи условия за доставка на стоки, предназначени за продажба“*. Не е ясно дали става дума за общи условия, по които съответният търговец, който ги е създал, е доставчик или клиент. В този смисъл, доколкото в ЗЗК не е налице законова дефиниция на понятието „стоки, предназначени за продажба“, а в практиката си комисията приравнява стоки и услуги, в приложното поле на разпоредбата биха могли да попаднат дори договори и общи условия за доставка, за които е налице императивна правна уредба в други закони – например въпреки, че съдържанието на договорите и общи условия на предприятията, предоставящи електронни съобщителни услуги, е императивно уредено в специален закон и същите подлежат на контрол както от Комисия за регулиране на съобщенията, така и от Комисия за защита на потребителите, по силата на тази разпоредба те ще трябва да бъдат предоставяни за оценка и на КЗК.

Наличието на детайлна регламентация в специалния закон създава достатъчно гаранции, че интересите на другата страна по съответните договори са защитени в необходимата степен включително и по отношение на съответствието на предоставяните стоки/услуги с правилата на конкуренцията. Например сред основните цели на Закон за електронните съобщения, съгласно чл. 4. ал.1, т.1, б. б) и т.3, б. б) е *“да се създават необходимите условия за развитие на конкуренцията при осъществяване на електронни съобщения, като се предотвратява нарушаването или ограничаването на конкуренцията в сектора на електронните съобщения, включително при преноса на съдържание”* и *“да се подкрепят интересите на гражданите, като се осигурява високо ниво на защита на потребителите при техните отношения с доставчиците и по-конкретно наличието на прости и финансово достъпни процедури за разрешаване на спорове”*. Когато съдържанието на общите условия е нормативно определено в по-голямата си част по силата на специален закон, заедно с правомощията на съответния регулаторен орган да осъществява контрол и да налага санкции за констатирани несъответствия, това представлява достатъчна гаранция за правата на засегнатите правни субекти.

Въвеждането на допълнителни изисквания, съгласуването с още един орган (каквато е КЗК), както и създаването на още един ред за обявяване на общите условия би довело единствено до неоправдани затруднения за предприятията, предоставящи такива услуги, без това да доведе по какъвто и да е начин до постигане на целите, посочени в мотивите към законопроекта.

От друга страна същите правни субекти могат да имат типови договори и/или общи условия, по които те действат не като доставчик, а като клиент. По силата на предложената разпоредба тези документи също биха попаднали в нейния обхват без по никакъв начин сделките, сключени въз основа на тях да оказват влияние върху съответния пазар – например сделки по доставка на отделни видове рекламни или промоционални материали, доставка на SIM карти, необходими за присъщата дейност на предприятие, предоставящо мобилни електронни съобщителни услуги, крайни устройства (при доставката на които се налага да клиентът да се съобразява с условията на световноизвестни доставчици) и др.

Видно от гореизложеното, предложението не само не способства за изпълнение на целите, поставени в чл.28 от ЗЗК, но може да доведе до противоречие с други закони, до свръхрегулация на пазара и до фактическа невъзможност съответните икономически играчи да осъществяват своята присъща дейност.

2.3. От друга страна задължението по чл. 28 т.4 се отнася за всички предприятия „с общ годишен оборот за предходната година над 50 млн. лева“. При тази формулировка не е ясно на базата на какви критерии е определена посочената сума и по какъв начин тя предопределя задължението на един правен субект да предоставя своите общи условия (като доставчик или клиент) за оценка на КЗК. Няма никаква правна и икономическа логика да се взема общият оборот на търговеца, ако той действа на различни пазари и ако съответните доставки, които получава или прави на база на типови договори или общи условия, се осъществяват на различни пазари. Например, ако едно предприятие, предоставящо интернет, фиксирана телефонна услуга, мобилна телефонна услуга, телевизия на съответните пазари и има общ оборот над 50 млн. лв., защо трябва да съгласува типови договори или общи условия за доставка на стоки от рода на SIM карти или USB устройства, които се предлагат само на пазара на мобилни телефонни услуги.

#### **Предложение:**

1. Въз основа на гореизложените аргументи считаме, че предложената разпоредба на чл. 28, т.4 и свързаните с нея други разпоредби следва да отпадне.
2. В случай, че горното не бъде прието, следва разпоредбата да бъде формулирана така, че да е ясен кръгът от правни субекти, за които възникват задължения въз основа на нея, в това число като:
  - бъдат определени ясно и недвусмислено условията и критериите, при които един търговец следва да инициира производство по оценка на свои типови договори и общи условия от КЗК; и
  - се добави текст, който да посочва изключения от приложното поле:

*„Тази разпоредба не се прилага по отношение на общи условия и типови договори, които са предмет на регулиране по силата на специален закон.“*

С уважение



Искра

Пълномощ

„Мобилтел“

ителните директори