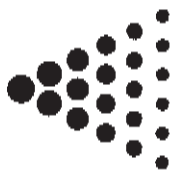
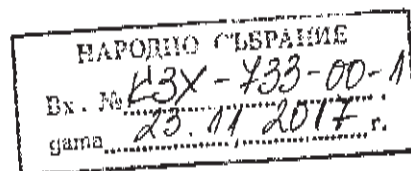


КРИБ



КОНФЕДЕРАЦИЯ
НА РАБОТОДАТЕЛИТЕ
И ИНДУСТРИАЛЦИТЕ
В БЪЛГАРИЯ

ГЛАСЪТ НА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС



Изх. № 338-00-338
София 11.....11..... 2017 год.

Г-ЖА ДЕСИСЛАВА ТАНЕВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
КОМИСИЯТА ПО ЗЕМЕДЕЛИЕ И ХРАНИ
КЪМ НАРОДНОТО СЪБРАНИЕ

Г-ЖА ДАНИЕЛА ДАРИТКОВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
КОМИСИЯТА ПО ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ
КЪМ НАРОДНОТО СЪБРАНИЕ

Г-Н ПЕТЪР КЪНЕВ
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
КОМИСИЯТА ПО ИКОНОМИЧЕСКА ПОЛИТИКА
И ТУРИЗЪМ КЪМ НАРОДНОТО СЪБРАНИЕ

ОТНОСНО: В допълнение към наше становище № 189-00-189/10.10.2017 год. и
№ 326-00-326/10.11.2017 год. по проект на Закон за храните № 702-01-18
от 26.09.2017 год.

УВАЖАЕМА ГОСПОЖО ТАНЕВА,
УВАЖАЕМА ГОСПОЖО ДАРИТКОВА,
УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН КЪНЕВ,

По отношение на законопроекта КРИБ е подал две предходни становища. Независимо от посоченото, считаме за необходимо да допълним вече изразените позиции, като в настоящото становище се фокусираме върху няколко основни момента, а именно:

1. Бихме искали да изразим виждането на редица фирми членове на КРИБ по отношение предлаганите текстове, касаещи ограниченията по извършването на реклама

или друг вид търговски съобщения за храни регламентирани от проекто-разпоредбите на чл.22, ал.1 и ал.2.

Водени от тежестта, която законодателната промяна би създала на бизнеса и държавния апарат, в лицето на БЛБХ и РЗИ, настояваме, по отношение на рекламата с деца да бъдат заличени предложените допълнителни текстове на чл. 22 от проекта на Закон за храните или на тяхно място да бъде оставена първоначално предложената формулировката възпроизвеждаща чл. 9а от сега действащия Закон за храните (изм. и доп. ДВ. бр.63 от 4 Август 2017г.), а именно:

„Забранява се рекламирането на генетично модифицирани храни чрез реклами или други форми на търговски съобщения, в които като изпълнители участват деца или които представят деца, употребяващи тези храни, и/или са предназначени за детска аудитория.“

МОТИВИ:

Всяка една регулация, било то нова или не, представлява набор от ограничения върху поведението на икономическите субекти в дадена държава. Тези ограничения въздействат на свободната инициатива, доколкото ограничават определени действия и налагат разходи по съобразяване. Цел на доброто регулиране е постигане на целите на предлагани политики да става с минимални ограничения върху стопанската активност и конкуренцията, за да може да бъде поддържана една добра среда за развитие на бизнеса в съответния отрасъл и инвестиции от местни и международни компании. Именно създаването на добра правна рамка е основен фактор за увеличаването на инвестиции в хранителния бранш.

В този ред на мисли, посочените в първата алинея на чл. 22, ограничения по отношение на рекламирането на „храни, за които има нормативно въведени ограничения за употреба от деца“ не са ясно регламентирани от законодателя в нормативен акт или друг документ. Дори и законодателят да има такива намерения, смеем да твърдим, че това би било безпредметно и още повече не би довело до търсения ефект, който впрочем в мотивите към законопроекта не става никак ясно, какъв е и въобще каква би била политиката на държавния апарат в тази сфера.

По отношение на текста на ал. 2 от същия член, нормативна уредба относно категории като „всещства с хранителен или физиологичен ефект“ и „изисквания за здравословно хранене“ не съществува въобще, което и би породило сериозни предпоставки за полемика по отношение на тълкуването и правоприлагането на новите текстове.

Тези празноти не само няма да доведат до ефект, а напротив: Неяснотата и възможността от друга страна за разширително и най-вече субективно тълкуване на нормата от правоприлагащите органи, би създало една сериозна несигурност в икономическите субекти и от там до една нестабилна среда за развитие на хранително-вкусовата индустрия.

На следващо място, общи за разпоредбите и на ал.1 и на ал. 2 на чл. 22 от Законопроекта са проблемите, свързани с излишното преповтаряне на вече съществуващи забрани за рекламиране от деца на генетично модифицирани храни и храни, съдържащи мазнини, трансмастни киселини, сол/натрий и захар, които не отговарят на изискванията за здравословно хранене. Към настоящия момент тези забрани се съдържат в Критериите за оценка на съдържанието, което е неблагоприятно

или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата („Критериите“), потвърдени през 2017 г. с Решение №РД-05-109/28.09.2017 г. на Съвета за електронни медии („СЕМ“). Посочените „Критерии“ са изработени чрез сътрудничество между СЕМ и Държавна Агенция за закрила на детето, чиято дейност, в качеството ѝ на единствен специализиран орган на Министерския съвет за ръководство, координиране и контрол на държавната политика по дейности за закрила на детето в Република България, е насочена именно към децата и защита по най-добрия начин на техните интересите. В т. 22 от Критериите е посочено, че „не се допуска участието на дете в търговски съобщения, придружаващи или включени в детски предавания за 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.“

Видно от посоченото в предходния абзац, вече съществуват разписани и наложени в практиката правила за поведение, които в достатъчна степен гарантират и защитават детското здраве от агресивни, нелоялни и вредни рекламни послания, включително такива свързани с „рискови“ храни и напитки. Преповтарянето на вече съществуващи правила, чрез приемането на чл.22 от Законопроекта, единствено и само ще допринесе за създаването на неясноти по отношение правомощията на множеството контролни органи и административно-наказателните последици от нарушаването на забраните за рекламни съобщения, също така ще доведе до конкуренция между контролиращите институции и не на последно място до допълнителна административна тежест за бизнеса, т.е. все последици, чието избягване уж се цели с предложението за обсъждане Законопроект (видно от Мотивите към Законопроекта). Поради това, предлагаме разпоредбите на чл.22, ал.1 и ал.2 от Законопроекта да отпаднат от проекта, а на тяхно място да бъде поместена разпоредбата на чл. 9а от сега действащия Закон за храните.

Важно е да се вземат предвид и следните основополагащи принципи на законотворчеството в Република България, а именно:

В Стратегиата за развитие на държавната администрация (приета с Решение № 140 на Министерски съвет от 17.03.2014 г.) българската администрация се ангажира да продължи „принципите и практиките на интелигентното регулиране“, въведени на европейско ниво, налагайки активно оценката на въздействието като ключов инструмент за въвеждане на нови регулации и осъществяване на политики. С приетите изменения на Закона за нормативните актове (обн. В ДВ бр. 3 от 3 Май, 2016 г., в сила от 04.11.2016 г.), съставителят на проект на нормативен акт извършва оценка на въздействието на въпросния нормативен акт, като при изработването на нови закони и норми в тях се изисква цялостна оценка на въздействието.

Текстът на чл. 22 от новия Закон за храните обаче не е намерил място в Предварителната оценка на въздействието на проект на Закон за храните и съображения от подобно и / или различно естество не са били част от общественото обсъждане, което считаме че е сериозен пропуск в нормотворчеството и респективно при осъществяването на политиката в областта на здравословното хранене.

Нещо повече, текстът в актуалния му вид изобщо не е бил предмет на обществена консултация по чл. 26, ал. 3 от Закона за нормативните актове, при положение че заложените в него принципи са спорни от научна и икономическа гледна точка и съответно е следвало поне да бъде дадена възможност на различните заинтересовани

страни да вземат становище, което да бъде обсъдено. Текстът, в актуалния му вид, също така не е резултат на вече проведената обществена консултация по проектозакона, доколкото предложението за добавените части, посочени по-горе, не е обсъдено в Справката за отразяване на предложенията и становищата. В тази връзка намираме за особено неудачно този текст да бъде приет в рамките на настоящата законодателна процедура по приемане на нов Закон за храните, като евентуална бъдеща регулация на тези храни следва да стане в резултат на комплексен и балансиран подход, след вземане предвид на опита в останалите страни в ЕС, след преценка на научните доказателства, след цялостна оценка на въздействието на тази регулация върху икономиката на страната и при създаване на ясна и недвусмислена правна рамка на законодателно ниво.

Не на последно място трябва да се вземе предвид и че бизнесът нееднократно е заявявал и демонстрирал последователна ангажираност към отговорното балансирано хранене, нарастващата грижа към начина на хранене, физическата активност и здравето на хората. Именно това засилва ролята и отговорността на хранителната и питейна индустрия и целия бизнес към комуникацията, свързана с рекламата на хранителни и питейни продукти.

Както бе споменато по-горе, ясно дефиниране на целите, мотивите и възможните начини за постигането на тези цели биха създали една благоприятна и подходяща среда, в която темата за здравословния начин на живот и по-доброто хранене да бъде поставена за широко обществено обсъждане, за да се намери най-добрият начин за постигане на вече поставените цели с ясно дефинирани средства за това, и най-вече с общи усилия на обществото. То е всъщност, което носи отговорността за благосъстоянието на децата, своевременното им образование за правилен хранителен режим и начин на живот.

2. Според чл. 97 ал. 7 храните, които безвъзмездно се предоставят на оператор на хранителна банка, задължително се маркират от производители или от търговци на храни с маркировка „дарение, не подлежи на продажба”. Маркировката се поставя върху потребителската опаковка на храните по начин, непозволяващ нейното отстраняване, без да се наруши целостта на опаковката и без да прикрива каквато и да е част от информацията, съдържаща се на етикета. За безвъзмездно предоставените храни, които не са опаковани в потребителска опаковка, маркировката се поставя върху транспортната опаковка.

Предлагаме чл. 97 ал. 7 да отпадне.

МОТИВИ:

Изискването, въведено в началото на 2017 г. представлява сериозна пречка за даряване на храни с изтичащ срок на годност;

Въпреки отпадането на ДДС за даряване на храни с изтичащ срок на годност от началото на 2017 г. липсва очакваното увеличение на даренията;

Много от дарителите продължават да плащат ДДС, вместо да слагат маркировка, което показва, че разходите за маркиране биха надхвърлили разходите за ДДС;

Огромни количества храна продължава да се изхвърля вместо да бъде дарена, заради изискването за маркиране, което е твърде скъпо, а понякога и невъзможно, тъй като не може да се направи без да се скрие част от етикета;

Премахването на маркирането ще позволи много повече храна да бъде спасена от изхвърляне и да стигне до хората, които имат нужда от нея;

Разговори на Българската хранителна банка с ръководствата на НАП и БАБХ, както и разговори на Сдружението за модерна търговия с ръководството на БАБХ показват, че от гледна точка на контрола маркирането е напълно излишно и премахването на му по никакъв начин няма да увеличи риска от злоупотреби с дарени храни;

Членовете на Сдружението за модерна търговия търпят огромни щети от сивия сектор в страната и имат сериозен стимул да информира държавните институции при констатиране на злоупотреби при даряване на храни с изтичащ срок на годност и при откриване на възможности за такива злоупотреби;

Предлагаме промяната, защото подкрепяме каузата на Българската хранителна банка да спасява годна за консумирана храна от унищожаване и да я предоставя на хора в нужда.

3. Предлагаме да се създаде нова ал. 3 в член 102, със следното съдържание:

(3) Оператор осъществяващ хранително банкиране, който е получил разрешение по ал. 1, може да получава финансово подпомагане от страна на държавата."

МОТИВИ:

Хранителните банки работят в обществена полза и подпомагат социалната функция на държавата;

Хранителните банки правят това по много ефективен начин, например Българската хранителна банка за всеки лев разход спасява храна за минимум 4 лв., която достига до хора в нужда;

Българската хранителна банка, единствената лицензирана хранителна банка в България, се финансира основно от Фондация Америка за България, която се е ангажирала да подкрепя банката в първите години от дейността ѝ, които вече изтичат;

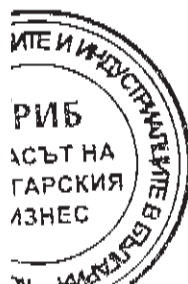
Ако след отпадането на ДДС за даренията на храни отпадне и другата пречка – изискването за маркиране, може да се очаква значително увеличение на даряваните храни, което ще изисква разрастване на капацитета, респективно повече разходи за дейността;

Този текст е едно от задължителните изисквания, за да може допълнително финансовият министър и парламентът да преценят дали да включат дадена хранителна

банка в списъка на субсидираните от държавния бюджет неправителствени организации с идеална цел.

Надяваме се изложеното да бъде взето предвид и вярваме, че последното ще намери място в окончателната версия на новия Закон за храните.

С уважение,



Евгений Иванов

Изпълнителен директор и член на Управителния съвет