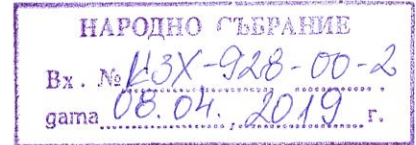




ХРАНИ НАПИТКИ БЪЛГАРИЯ
FOOD DRINK BULGARIA



ДО

Г-ЖА ДЕСИСЛАВА ТАНОВА

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО ЗЕМЕДЕЛИЕТО И ХРАНИТЕ

Д-Р ДАНИЕЛА ДАРИДКОВА

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ

Г-Н ПЕТЪР КЪНЕВ

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО ИКОНОМИЧЕСКА ПОЛИТИКА И ТУРИЗЪМ

КОПИЕ:

Г-Н РУМЕН ПОРОЖАНОВ

МИНИСТЪР НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО, ХРАНИТЕ И ГОРИТЕ

ОТНОСНО: СТАНОВИЩЕ на Сдружение „Храни и напитки България” във връзка с Проект на Закона за храните – нотификация TRIS 2018/529/BG

Уважаеми дами и господа народни представители,

В качеството си на пряко заинтересована страна, сдружение „Храни и напитки България“ изразява своята принципна подкрепа за законопроекта за нов Закон за храните, като молим да бъдат разгледани и взети предвид възраженията ни по отношение част от текстовете на предложението Законопроект на нов Закон за храните, както следва:

1. Считаме, че предложената редакция на член 22, която ограничава рекламата с участието на деца на „генетично модифицирани храни и храни, за които има нормативно въведени ограничения за употреба от деца“, както и на „храни, които съдържат хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, които не отговарят на изискванията за здравословно хранене, съгласно действащата нормативна уредба“, създава условия за субективно тълкуване и правна несигурност, тъй като от една страна липсва дефиниция на



възрастовото ограничение на „деца“, а от друга страна не става ясно кои точно ограничения за употреба на деца и изисквания за здравословно хранене се визират от законодателя.

Според нас не са взети предвид следните обществено опасни фактори:

- Законодателят не е дефинирал ясно в конкретен нормативен акт или друг законодателен документ какво представляват „храни, за които има нормативно ограничение да се предлагат на деца“. Нашата принципна позиция е и винаги ще бъде, да не предлагаме и да не рекламираме на деца храни, за които има нормативно ограничение да бъдат предлагани на деца, като стриктно следваме и спазваме това свое верую. Според нас не става ясно каква е целта на тази част от разпоредбата, както и по-важното, какви храни биха попаднали под обхвата на една евентуална бъдеща регулация. В мотивите към Законопроекта не става ясно какъв е целеният ефект и въобще каква би била политиката на държавния апарат в тази сфера.

- По отношение на текста на точка 2 от същия член е важно да отбележим, че **нормативна уредба относно категории като „вещества с хранителен или физиологичен ефект“ и „изисквания за здравословно хранене“ не съществуват въобще**, което би породило сериозни предпоставки за полемика по отношение на тълкуването и правоприлагането на новите текстове.

От цитираната проекто-разпоредба не става ясно, кои и какви са изискванията за здравословно хранене, както и къде и как са определени те. В действащата към момента нормативна уредба съществуват само някои изисквания и са заложили различни критерии относно здравословното хранене на подрастващите, в зависимост от възрастовите групи, в които попадат, като се отчитат специфичните нужди и рискове на съответната група. В същото време съществуващите нормативни критерии не случайно са насочени само към строго определени адресати (детски градини и училища).

- Важно е да се отбележи и проблемът, свързан с употребата на понятието „деца“, както и липсата на дефиниция в конкретния Законопроект. Фактът, че в чл. 2 от Закона за закрила на детето е посочено, че „дете“ по смисъла на този закон е всяко физическо лице до навършването на 18 години, докато използваната в Закон за лицата и семейството („ЗЛС“) терминология, а именно „пълнолетно лице“, „непълнолетно лице“ и „малолетно лице“, **дефинира различния смисъл, който законодателят влага в**



понятието „дете“, в зависимост от вида на конкретно регулираните обществени отношения. Използването в разпоредбите на чл. 22, ал. 1 и ал. 2 от Законопроекта на общото понятие „деца“, което понятие не прави никакво разграничение между отделните възрастови групи подрастващи, означава че производителите и търговците на храни и напитки трябва да съобразяват рекламите и другите си търговски съобщения с възможно най-завишените критерии, независимо дали позиционирането на продуктите им е насочено към подрастващи на възраст между 5-8 години (например) или към подрастващи на възраст между 16-18 години. Както бе посочено по-горе, съществуващите нормативните изисквания за хранене на подрастващите са диференцирани в зависимост от специфичните нужди на различните групи подрастващи. Следователно, забраната за реклама на хранителни продукти и напитки с определено съдържание с участието на деца и *предназначена за детска аудитория*, следва да бъде съобразена с тази диференциация и в разпоредбата на чл. 22 да намери отражение терминология, по-сходна до използваните от ЗЛС, а именно „малолетно лице“, тоест лице, ненавършило 14 годишна възраст.

Неяснотата и възможността за разширително и най-вече субективно тълкуване на това кои са “нормативни ограничения за предлагане на деца“ и какво са „изискванията за здравословно хранене“ от правоприлагащите органи, би създало една сериозна несигурност в икономическите субекти и от там до една нестабилна среда за развитие на хранително-вкусовата индустрия, поради което предлагаме тази част от забранителната разпоредба да отпадне.

От друга страна считаме, че ограничаването на рекламните послания, ако има такива, следва да е насочено конкретно към детска аудитория, поради което следва да съществува кумулативно изискване ограниченията да са „с участието на деца“ и „насочени към детска аудитория“, като се въведе ясна и точна дефиниция на „аудитория от непълнолетни“ в преходните и заключителни разпоредби. Предлагаме в дефиницията да се използва международния опит в тази насока, а именно инициативата за семорегулация – „Европейски призив за отговорен маркетинг“ („EU responsible marketing pledge“), където като реклама насочена към деца е определена рекламата в медия или предаване, които имат повече от 35% детска аудитория. Убедени сме, че не би се постигнал какъвто и да било полезен за обществото ефект, ако подобни ограничения на рекламите бъдат насочени и към по-възрастната аудитория, която е



способна да направи самостоятелен, информиран избор дали да използва или не един продукт, който не е забранен от закона.

Водени от гореизложеното и предвид тежестта, която горесцитираната законодателна промяна би създала на бизнеса и държавния апарат в лицето на БАБХ и РЗИ, предлагаме текстът на чл. 22 от цитирания проект на Закон за храните да бъде редактиран както следва:

„Чл. 22. Бизнес оператор не може чрез реклами или други форми на търговски съобщения, в които участват малолетни и са насочени към аудиторията от малолетни лица, да рекламира генетично модифицирани храни.“

В Предходните и заключителните разпоредби на Закона да бъде дефинирана и „аудитория от малолетни лица“, както следва:

§ ... За „насочена към аудитория от малолетни лица“ се приема всяка търговска комуникация в медия или конкретно предаване, чиято целена аудитория е съставена от 35% или повече процента малолетни лица.“

2. Считаме за практически невъзможно и неприложимо въвеждането в чл. 26, ал. 2, т. 10 от Законопроекта на изискване при регистрацията на обектите за производство, преработка и дистрибуция на храни да бъдат посочвани брой, вид и регистрационен номер на превозните средства, собствени и/или наети, които ще се използват за транспортиране на храни. Основният аргумент е, че много голяма част от производителите в хранително-вкусовата промишленост използват услугите на транспортни фирми при транспортирането на продукцията си и би било практически невъзможно да декларират пред съответния орган данните на тези превозни средства при регистрацията на търговските си обекти. Също така е важно да отбележим, че въпросните транспортни фирми постоянно променят автопарка си от превозни средства и декларирането на тези промени би обременило тежко функциите на съответния орган, принуждавайки го ежедневно да прави ненужни промени по данните, касаещи регистрацията на търговските обекти – сериозна административна тежест за бизнеса с храни и транспортния такъв, която би довела до неблагоприятни последици върху развитието на тези отрасли, инвестиционната атмосфера в страната и гладкото функциониране на транспорта на хранителни стоки



Водени от горното предлагаме изискването на чл. 26, ал. 2, т. 10, а именно: „10. брой, вид и регистрационен номер на превозните средства, собствени и/или наети, които ще се използват за транспортиране на храни;“ да бъде премахнато от нотифицирания Законопроект.

3. Намираме предложените критерии в член 124, алинея 1, точка 1 и 2, определящи представителните организации, които ще имат право да участват в Националния съвет за храните, за дискриминационно ограничителни и считаме, че същите не съдържат никакъв обществено значим мотив. Предложените текстове препятстват участието на организации като нашето сдружение, представляващо и обединяващо значима част от хранително-вкусовата промишленост, чиито членове към момента имат генериран общ оборот за 2017 г. от над 1 500 000 000 (милиард и петстотин хиляди) лева и безспорно притежават сериозен експертен и организационен потенциал, посредством който биха допринесли за работата на експертния орган, призван за се грижи за положителното развитие на хранително-вкусовата промишленост.

- По т.1 – тъй като е трудно да се установи представителността в процентно съотношение от стойността на продукцията в секторите, а от там и представителността на сдруженията, считаме, че следва да бъде въведен и допълнителен критерии, а именно представителното сдружение да представлява дружества, чийто общ годишен оборот е по-голям от 500 000 000 (петстотин милиона) лева, като точка 1 следва да придобие следната редакция:

„1. представлява не по-малко от 25 % от обема или стойността на продукцията, на търговията или на преработката на съответния продукт или продукти в секторите по КИД или чийто членове имат общ годишен оборот за предходната година от най-малко петстотин милиона лева;“

- По т.2 – налагането на изискване съответната организация да е съществувала поне три години е изкуствена пречка, която не допринася за качеството и представителността на организациите, които ще бъдат допускани в съвета. Считаме, че едногодишен срок би бил достатъчен, за да препятства създаването *ad hoc* на



ХРАНИ НАПИТКИ БЪЛГАРИЯ

FOOD DRINK BULGARIA

организации само с цел участване в процеса на обсъждане на един нововъзникнал проблем, и съответно предлагаме текстът да бъде редактиран както следва:

„2. регистрирана е преди не по-малко от една година или е универсален правоприменник или сдружение, в което участват браншови организации, регистрирани преди не по-малко от една година;“

Сдружение „Храни и напитки България“ е член на Food Drink Europe, най-голямата браншова организация в Европа и със своя експертен потенциал би била полезен и активен участник за създаване на по-благоприятна икономическа среда за развитие на отрасла, което е и основна цел за създаването на Сдружението. Вярваме, че народните представители не биха искали да създават изкуствени пречки за участие на организации, като нашата, които могат да привнесат европейския опит в Националния съвет за храните и ще уважат искането ни за изменение на текста на член 124, алинея 1.

Надяваме, че ще намерите нашите предложения за полезни, аргументирани и солидни и последните ще бъдат взети предвид при разглеждането и гласуването на Законопроекта.

Оставаме на разположение при нужда от допълнителна информация и съдействие.

С уважение,

Яна Иванова

Изпълнителен директор

„Храни и напитки България“