

На вниманието на:

Г-жа Мария Белова  
Председател на Парламентарна комисия по Земеделieto и храните-водеща комисия

Г-жа Даниела Дзриткова-Проданова  
Председател на Парламентарна комисия по здравеопазване-участваща комисия

Г-н Петър Кънев  
Председател на Парламентарна комисия по икономическа политика и туризъм-  
участваща комисия

Народно събрание на Република България

Относно:

Становище на Сдружение „Българска асоциация на рекламодателите“ преди второ гласуване на законопроект за храните (внесен от Министерски съвет на 26/09/2017, сигнатура 702-01-18)

Уважаеми г-жи и г-н народни представители

Обръщаме се към Вас в качеството Ви на Председатели на Парламентарни комисии, работещи по законопроекта за храните, с молба да разгледате и вземете предвид предложения за текстове в законопроекта.

Българската асоциация на рекламодателите (БАР) е сдружение с нестопанска цел, извършващо дейност в частна полза съгласно разпоредбите на Закона за юридическите лица с нестопанска цел (ЗЮЛНЦ) и Устава си. БАР обединява юридически лица, осъществяващи търговска дейност, които имат значителен медиен бюджет, обосноваващ интереса им за членство в асоциацията в качеството им на големи рекламодатели. Понастоящем БАР има 26 пълноправни члена. Между основните цели на асоциацията са:

- да утвърждава принципите на етична и лоялна конкуренция и отговорна и етична комуникация към потребителите в пазарното поведение на членовете на Асоциацията и на останалите участници на пазара;
- да участва активно в обсъждане на предстоящи промени в нормативната уредба, отнасящи се до дейността на членовете.

Тези цели, залегнали в Устава на БАР, обосновават интереса ни към обсъждания законопроект за храните.

Предлагаме на законодателя за целите на Закона за храните в §1 от Допълнителната разпоредба да се включат следните дефиниции:

1. „„Дете“ е малолетно лице, ненавършило 14-годишна възраст“

33 Hristo Belyayev Street, bl. 2, ap. 6, Sofia 1000, tel: + 359 2 483 1968.

адрес: ул. „Цар Асен“ №: 17, София 1000





2. „Детска аудитория“ е медийна аудитория, в която децата са повече от 35%”.

Основаваме предложението си за дефиниция на „дете“ на определенията, дадени в членовете 2,3,4 от Закона за лицата и семейството, като изхождаме от волята на законодателя да направи тези разграничения (малолетен, непълнолетен, пълнолетен) въз връзка с отговорности и възможности за правни действия на различните групи.

Базираме предложението си за определение на „Детска аудитория“ на международния опит в ЕС, както и на работещи модели за контрол на рекламната дейност, възприети от водещи представители на индустрията.

Вярваме, че приемането на предложените от нас две дефиниции в Закона за храните, ще предотврати объркване, правна несигурност и произволни интерпретации на нормативната уредба. Това според нас, се налага както от целите на закона, така и от стремежа да утвърждаваме отговорна и етична комуникация към потребителите.

София, 8 октомври 2019г.

С уважение:

Росен Мисов  
Изпълнителен директор на БАА

