

abbro
association of bulgarian
broadcasters

АБРО, Изх. № 55/23.04.2020 г.

ДО

Г-ЖА МАРИЯ БЕЛОВА

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО ЗЕМЕДЕЛИЕТО И ХРАНИТЕ
НАРОДНО СЪБРАНИЕ НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Относно: Проект на Закон за виното и спиртните напитки

УВАЖАЕМА ГОСПОЖО БЕЛОВА,

Асоциацията на българските радио- и телевизионни оператори – АБРО е най-широко представителната медийна организация в България, обединяваща дейността на доставчици на медийни услуги с всички видове обхват на разпространение – най-големите национални ефирни телевизии, най-популярните телевизионни програми с кабелно и сателитно излъчване, най-големите национални и регионални радиомрежи и множество местни оператори. Членовете на АБРО предоставят аудио-визуални медийни услуги по заявка, както и едни от най-посещаваните български интернет страници.

С настоящото писмо представяме становището на АБРО по внесения в Народното събрание Законопроект за виното и спиртните напитки (по-долу „законопроекта“).

Като предварителна бележка бихме искали да посочим, че АБРО представи становище по законопроекта още в рамките на неговото обществено обсъждане, като отпрати предложения във връзка с няколко административно-наказателни разпоредби. В справка за отразяване на постъпилите предложения от обществените консултации е посочено, че предложенията на АБРО са приети без забележки. Въпреки това част от разпоредбите на



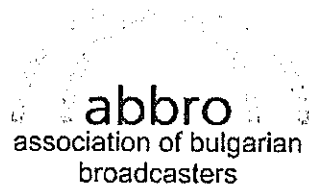
законопроекта, за които се отнася становището ни, са запазени в текста, внесен в Народното събрание.

Чл. 156 от административно-наказателните разпоредби на законопроекта предвижда налагане на имуществени санкции в размер между 5000 до 20 000 лева на еднолични търговци и юридически лица, които рекламират *„вина или лозаро-винарски продукти, при производството на които не са спазени изискванията на чл. 48, ал. 1 и 3“*. Чл. 157 предвижда имуществени санкции от 2000 до 10 000 лева за рекламиране на *„вина, вина или лозаро-винарски продукти, при производството на които не са спазени изискванията на 48, ал. 1 и 3 по отношение на граничните стойности при употребата на разрешени енологични практики“*.

Доставчиците на рекламни услуги, в това число радио- и телевизионните оператори, доставчиците на интернет сайтове и др., реализират основните си приходи чрез рекламиране на стоки, услуги и марки на трети лица. Обичайно тяхната рекламна дейност няма каквото и да било отношение към подготовката на рекламираните продукти за пускане на пазара. Това се отнася и до производството на вино и лозаро-винарски продукти. Лицата, които излъчват/публикуват реклама на такива продукти, нямат никаква възможност за участие, контрол или проверка на дейността по производството им. Това е специфична дейност, извършвана от независими от тях лица – производители, за която са необходими редица експертни познания, с каквито доставчиците на рекламни услуги не разполагат. Няма основание медиите да носят отговорност за неспазване на правила, относими към производствената дейност.

С оглед на горното, настояваме в законопроекта да бъде уточнено, че наказанията по чл. 156 и чл. 157 за рекламиране на вина или лозаро-винарски продукти, при производството на които не са спазени изискванията на чл. 48, ал. 1 и 3, включително по отношение на граничните стойности при употребата на разрешени енологични практики, се налагат на производителя на вино и лозаро-винарски продукти.

Обръщаме внимание, че възприемането на предложените промени няма да освободи доставчиците на медийни услуги и останалите лица, осъществяващи рекламна дейност, от отговорност по отношение на осъществяваната от тях реклама на алкохолни напитки. Действащата регулация



предвижда редица задължения за тях в тази посока. В чл. 55 от Закона за здравето е предвидена обща забрана за пряка реклама на спиртни напитки, а към непряката реклама се въвеждат редица ограничения, включително по отношение на часовия диапазон на излъчване в телевизионни програми. Чл. 75, ал. 4 и чл. 88 от Закона за радиото и телевизията въвеждат редица изисквания към съдържанието на търговските съобщения за алкохолни напитки. За нарушаване на посочените законови разпоредби са предвидени значителни санкции.

С оглед на посоченото по-горе разчитаме в законопроекта да бъдат въведени предложените от нас изменения, така че да не се достигне до увреждане на рекламния пазар.

С уважение,

Анна Танова

Изпълнителен директор

Асоциация на българските радио- и телевизионни оператори – АБРО