



България без дим

Изм. №331/05.06.2018



Коалиция за живот без
тютюнев дим
Smoke Free Life Coalition

ДО

Г-ЖА ЦВЕТА КАРАЯНЧЕВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
44^{ТО} НАРОДНО СЪБРАНИЕ

Г-ЖА МЕНДА СТОЯНОВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
КОМИСИЯТА ПО БЮДЖЕТ И ФИНАНСИ
КЪМ 44^{ТО} НАРОДНО СЪБРАНИЕ

Г-Н ВЕЖДИ РАШИДОВ
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
КОМИСИЯТА ПО КУЛТУРАТА И МЕДИИТЕ
КЪМ 44^{ТО} НАРОДНО СЪБРАНИЕ

Г-Н КРИСТИАН ВИГЕНИН
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО
ЕВРОПЕЙСКИТЕ ВЪПРОСИ И
КОНТРОЛ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ФОНДОВЕ
КЪМ 44^{ТО} НАРОДНО СЪБРАНИЕ

ОТНОСНО: Законопроект 854-01-40/11.05.2018 г. за изменение и допълнение на Закона за хазарта, внесен от група народни представители от ПГ „Обединени патриоти“

СТАНОВИЩЕ

на Коалиция за живот без тютюнев дим и Гражданска инициатива „България без дим“

Организациите към Коалиция за живот без тютюнев дим и членовете на Гражданска инициатива „България без дим“ подкрепят предложението, направено от народни представители от парламентарната група „Обединени патриоти“ за промяна на текстовете в Закона за хазарта.

Според нас рекламирането на всичко, което може да доведе до зависимост, следва да бъде ограничено и забранено. Независимо дали се отнася до зависимост към хазарт, прекомерна консумация на алкохол, тютюнопушене.

Гражданска инициатива
„България без дим“
концентрира енергията на
стотици хиляди граждани,
които подкрепят
въвеждането на
пълна забрана за
тютюнопушене на
обществени места и държат
законът да се спазва и
прилага стриктно.
www.bezdim.org
Коалицията за живот без
тютюнев дим обединява над
30 обществени, пациентски
и медицински организации,
общини и медии.
www.coalition.bezdim.org
Телефон +359 882 37 40 00
Е-поща project@zabrana.bg
Бул. „Сливница“ 257, ет. 3
София 1202

Във връзка с това считаме, че е удачно и оправдано в Заключителната разпоредба след § 4, с който се правят промени в Закона за радиото и телевизията, да се включи § 5, с който да се направят и промени в Закона за тютюна, тютюневите и свързаните с тях изделия (ЗТТСИ), свързани с въвеждането на всеобхватна забрана на рекламата, промоцията и спонсорството на тютюна, тютюневите и свързаните с тях изделия.

Рекламата на тютюн, тютюневи и свързаните с тях изделия, както всяка реклама на стоки и услуги, цели увеличаване продажбите и употребата на съответните изделия. Всички форми (преки и непреки) на реклама също така стимулират потреблението, намаляват мотивацията на пушачите да откажат пушенето, насърчават бившите пушачи да започнат да пушат отново и създава среда, в която употребата на тютюневи изделия се възприема като нещо обичайно и приемливо. В тази връзка намира място и изразената от Световната здравна организация (СЗО) позиция, че ако само някои форми на пряка реклама на тютюневи изделия са забранени, тютюневата индустрия насочва разходите си за други стратегии за реклама, промоция и спонсорство, използвайки творчески, косвени начини за насърчаване на продажбата и употребата на тютюн, особено сред младите хора.

Позовавайки се на чл. 13 от Рамковата конвенция за контрол на тютюна на СЗО, която Република България е ратифицирала със закон през 2005 г., влязъл в сила от 5.02.2006 г., предлагаме да се въведе пълна забрана на рекламата, промоцията и спонсорството на тютюневите изделия със следните промени в чл. 35 от ЗТТСИ:

„§ В чл. 35 от Закона за тютюна, тютюневите и свързаните с тях изделия (обн., ДВ, бр. 101 от 1993 г.; изм., бр. 19 от 1994 г., бр. 110 от 1996 г., бр. 153 от 1998 г., бр. 113 от 1999 г., бр. 33 и 102 от 2000 г., бр. 110 от 2001 г., бр. 20 от 2003 г., бр. 57 и 70 от 2004 г., бр. 91, 95, 99 и 105 от 2005 г., бр. 18, 30, 34, 70, 80 и 108 от 2006 г., бр. 53 и 109 от 2007 г., бр. 36, 67 и 110 от 2008 г., бр. 12, 82 и 95 от 2009 г., бр. 19 от 2011 г., бр. 50 от 2012 г., бр. 12 и 14 от 2015 г., бр. 19, 28, 31 и 101 от 2016 г. и бр. 58, 63, 85, 92, 97 и 103 от 2017 г., бр. 17 от 2018 г.) се правят следните изменения и допълнения:

1. Алинея 1 и ал. 2 се изменят така:

„(1) Забраняват се всички форми на рекламиране на тютюн, тютюневи и свързани с тях изделия, с изключение на случаите по ал. 3.

(2) Забранява се и:

1. използването по какъвто и да е начин на търговската марка на тютюн, тютюневи и свързани с тях изделия при рекламирането, промоцията или разпространението на други стоки и услуги;

2. излагането на тютюн, тютюневи и свързани с тях изделия на видими за потребителите места в обектите за търговия.“

2. В ал. 4 след думата „общество“ се добавят думите „извън ал. 3“.

3. Алинея 5 се изменя така:

„(5) Забранява се спонсорирането от лица, чийто основен предмет на дейност е производството или търговията с тютюн, тютюневи и свързани с тях изделия, или от свързани с тях лица по смисъла на § 1, т. 1 от Допълнителните разпоредби на Търговския закон, на:

1. радио- и телевизионни предавания;

2. спортни състезания, развлекателни събития или дейности, както и събития или дейности, в които участват лица под 18 години;

3. събития или дейности, които се провеждат в няколко държави - членки на Европейския съюз, и в други държави - страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство, или имат по друг начин трансграничен ефект.”

4. В ал. 6 думите „ал. 5, т. 2” се заменят с „ал. 5”;

5. Създават се ал. 8 и 9:

(8) Обектите за търговия имат право да предоставят на потребителите единствено информация за различните видове тютюн, тютюневи и свързани с тях изделия, които продават, и техните цени под формата на списък, без допълнителна информация или изображения, които да насърчават продажбата или употребата им.

(9) Условието и реда за предоставяне на информацията по ал. 8 се определят с правилника за прилагане на закона.“

Предлагаме към §4 от законопроекта да се добавят и следните промени в Закона за радиото и телевизията:

„В чл. 126 от Закона за радиото и телевизията се правят следните изменения и допълнения:

1. В ал. 1 думите „чл. 75, ал. 1, ал. 3- 6” се заменят с „чл. 75, ал. 1, ал. 3- 5”, числото „82” се заменя с „82, ал. 1, ал. 3 – 6” и думите „чл. 84, ал. 2 и 3” се заменят с „чл. 84, ал. 2 и , т. 2”.

2. Създават се ал. 7 и 8:

„(7) За нарушение на разпоредбите на чл. 75, ал. 6, чл. 82, ал. 2 и чл. 84, ал. 3, т. 1 на доставчиците на медийни услуги се налага имуществена санкция от 50 000 лв. до 100 000 лв.

(8) При повторно нарушение по ал. 7 имуществената санкция е в двоен размер.”

Предлагаме да се създаде § 6 със следното съдържание:

„В чл. 8 от Закона за закрила на детето (обн., ДВ, бр. 48 от 2000 г.; изм., бр. 75 и 120 от 2002 г., бр. 36 и 63 от 2003 г., бр. 70 и 115 от 2004 г., бр. 28, 94 и 103 от 2005 г., бр. 30, 38 и 82 от 2006 г., бр. 59 от 2007 г., бр. 69 от 2008 г., бр. 14, 47 и 74 от 2009 г., бр. 42, 50, 59 и 98 от 2010 г., бр. 28 и 51 от 2011 г., бр. 32 и 40 от 2012 г., бр. 15, 68 и 84 от 2013 г., бр. 79 от 2015 г., бр. 8 от 2016 г. и бр. 85 и 103 от 2017 г., бр. 17 от 2018 г.) се правят следните изменения и допълнения:

1. Създава се нова ал. 10:

„(10) Родителите, настойниците, попечителите или другите лица, които полагат грижи за дете, са длъжни да не допускат участието му в реклами или в други форми на търговски съобщения за тютюн, тютюневи и свързаните с тях изделия.“

2. Досегашната алинея 10 става ал. 11.“

За предлаганите промени в ЗТТСИ предлагаме следните мотиви:

В т. 1 на чл. 13 на Рамковата конвенция за контрол на тютюна на Световната здравна организация се посочва: „Страните-членки признават, че всеобхватната забрана на рекламата, промоцията и спонсорството ще намали употребата на тютюневи продукти“, а в точка 2 е казано: „Всяка страна, в съответствие със своята конституция и

конституционни принципи, ще налага всеобхватната забрана на всякаква реклама, промоция и спонсорство на тютюневи изделия“. Много подробно са разписани и Ръководните принципи за прилагането на чл. 13 от Рамковата конвенция за контрол на тютюна, приети на третата сесия на Конференцията на страните, ратифицирали Рамковата конвенция, които са документ, който е в полза на страните, които искат да ограничат рекламата на тютюневите изделия.

До момента няма изразена политическа воля за промяна на чл. 35 от Закона за тютюна и тютюневите изделия, за да се въведе пълна забрана за рекламата на тютюневите изделия. Възможността за използването на търговска марка, когато в рекламата не участват лица под 18 години и тя не е предназначена или насочена към тях, дава възможност на тютюневите компании да завземат рекламните съоръжения във и извън населените места. Как може да се влияе на младите и все още непропушили деца и те да се убеждават във вредата от тютюнопушенето, когато на всеки ъгъл може да се видят усмихнати девойки или артисти в поза, достатъчно характерна и без да е видима цигарата, която показва пушачът като успял и щастлив човек. В много от случаите рекламите са на ръба на закона и това пречатства тяхното санкциониране. Това се отнася особено за външната реклама, която е видима от всички, включително и от деца.

Новият приет допълнително текст към съществуващата т. 2, към ал. 1 на чл. 35 „чрез други външни признаци на рекламната визия с конкретна или специална отличителност, която да е разпознаваема предимно или само от лица под 18 години“ дава още по-голяма възможност да се заобикаля закона.

В мнение, изказано от Световната здравна организация се посочва: „Тютюнът е единственият законен потребителски продукт, който убива една трета до една втора от своите консуматори, когато се използва точно, както е предвидено от производителя.“ Дори само това е основание да се забрани рекламата под каквато и да е форма на продукт, който убива или води до тежки заболявания.

Допустимостта за реклама в местата за продажба на дребно доведе до това витрините на тези обекти да са изцяло ангажирани с изложените опаковки на тютюневите изделия, а това е едно от основните средства за стимулиране на импулсните покупки на тютюневите изделия, създавайки впечатлението, че употребата им се явява социално приемлива и правейки отказването от тютюнопушенето по-трудно. Младите хора са особено уязвими към стимулиращото въздействие на изображенията на тези продукти. Изображението и видимостта на тютюневите изделия в местата за продажба представляват сами по себе си реклама и стимулиране на продажбите и следователно следва да бъдат забранени. (Параграфи 12-14 от Ръководните принципи за прилагането на чл. 13 от Рамковата конвенция за контрол на тютюна).

Относно спонсорството на събития и дейности от страна на тютюневата индустрия, България все още следва вече доста остарялата директива 2003/33/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 26 май 2003 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки относно рекламирането и спонсорството на тютюневи изделия, която третира само забраната на спонсорство на събития или дейности с трансграничен ефект, а няма регламентация за спонсориране на събития в страната. Това дава възможност на производители и търговци на тютюневи изделия да спонсорират концерти, събития и други дейности, които нямат трансграничен ефект, да организират рекламни събития,

да предлагат безплатно тютюневи изделия на всеки и навсякъде, вкл. в близост до спортни мероприятия и масово посещавани концерти.

Много е важно, както на събитията с трансграничен ефект така и на събитията, организирани в страната, да не се предлагат тютюневи изделия.

Мотивите ни за предлаганите промени в чл. 126 от Закона за радиото и телевизията са свързани с факта, че предвиденият размер на административните наказания е значително по-нисък и не съответства на размера на санкциите, предвидени в Закона за тютюна, тютюневите и свързаните с тях изделия.

Мотивите ни за предлаганите промени в чл. 8 на Закона за закрила на детето са свързани с отговорността на родителите и настойниците, които не следва да допускат участието на лица до 18 годишна възраст в реклами или и други форми на търговски съобщения за тютюн, тютюневи и свързаните с тях изделия.

С УВАЖЕНИЕ:

Д-Р ГЕРГАНА ГЕШАНОВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
КОАЛИЦИЯ ЗА ЖИВОТ
БЕЗ ТЮТЮНЕВ ДИМ

Д-Р МАША ГАВРИЛОВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
ГРАЖДАНСКА ИНИЦИАТИВА
„БЪЛГАРИЯ БЕЗ ДИМ“