

София 1574, бул. "Шипченски проход" № 69, тел.: (02) 970 88 10, (02) 970 88 13; факс: (02) 973 37 69

ДО
Г-ЖА МЕНДА СТОЯНОВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА ПО БЮДЖЕТ И ФИНАНСИ
ПРИ 44-ТО НАРОДНО СЪБРАНИЕ

Относно: писмо с вх. № РД-21-01-00-8/18.05.2018 г./ Ваш изх. № КФБ-853-02-40/16.05.2018 г.

УВАЖАЕМА ГОСПОЖО СТОЯНОВА,

Съветът за електронни медии разгледа на свои заседания, проведени на 05 и 14 юни 2018 г., законопроект за изменение и допълнение на Закона за хазарта, внесен в Народното събрание от Християн Митев и група народни представители.

Съветът за електронни медии изразява своето принципно становище, че следва да се обмислят възможните ограничения по отношение на търговското слово на хазартни игри в аудио-визуалните и радиоуслуги по смисъла на Закона за радиото и телевизията.

Съветът отчита нарастващия обем съобщения в програмите на доставчиците на медийни услуги. Това съдържание се разпространява и в светлата част на денонощието, което не възпрепятства достъпа на детската аудитория до него. Наблюденията отчитат като установена практика представянето на обема информация, съгласно чл. 10, ал. 2 от Закона за хазарта, чрез различни сюжетни линии, в които участието в хазартните игри води до разрешаване на житейски проблеми.

Съветът намира, че позиционирането на търговските съобщения на хазартни игри в по-късен часови пояс, би могло да бъде основа за по-голяма защита на обществения интерес.

По отношение предложението за промяна в Закона за радиото и телевизията, по-конкретно - отпадането на текста на чл. 2, ал. 5, т. 5, Съветът за електронни медии би искал да обърне внимание, че разпоредбата е въведена със ЗИД на ЗРТ (ДВ, бр. 12 от 2010 г.), с който са транспонирани в националното законодателство нормите на Директива 2007/65/ЕО на ЕП и на Съвета за изменение на Директива 89/552/ЕИО на Съвета (сега ДАВМУ).

В отделните алинеи на чл. 2 от ЗРТ се пресъздават рецитали 21 и 22¹ на ДАВМУ.

¹ (22) За целите на настоящата директива определението на аудиовизуалните медийни услуги следва да обхваща средствата за масово осведомяване и ролята им да информират, забавляват и образоват широката общественост и следва да включва аудиовизуални търговски съобщения, но да изключва

Липсата на мотиви към законопроекта пречат за разбирането каква е целта на вносителите на предложението. Целят ли изключване от обхвата на регулацията на СЕМ „излъчвания, изцяло посветени на хазартни игри или игри на късмета“, респективно – забрана за доставяне на аудио-визуални/радиоуслуги или предавания, посветени на хазартни игри и на игрите на късмета?

Ако е така, то следва да бъде подчертано, че към настоящия момент, в съответствие с действащото българско и европейско законодателство, на територията на страната оперират два доставчика на медийни услуги, регистрирани от СЕМ - Еврофутболпринт ЕООД (програма ЕВРОФУТБОЛ, със специализиран, информационен профил) и Ай Си Ес ЕАД (програма ШАНС ТВ, със специализиран, информационен профил). Тематичната насоченост на тези програми е свързана с представяне на прогнози, залагания и резултати от различните видове игри.

Независимо от това, в програмите на обществена Българската национална телевизия и търговските БТВ Медиа груп ЕАД и Нова Броудкастинг груп АД се разпространяват предавания, които тематично са посветени на игрите на късмета. В програмната схема на БНТ1 и БТВ е включено съдържание, което се предоставя от създаденото по силата на Закона за хазарта държавно предприятие Български спортен тотализатор.

Ако се приеме, че народните представители целят с изменението да включат в приложното поле на ЗРТ „игрите на късмета, в които се залагат пари, включително лотария, наддаване и други форми на хазарт, както и онлайн игри“, то подобна мярка Съветът намира за несъответстваща със същността на медийните услуги по смисъла на закона и ДАВМУ.

По отношение на отмяната на чл. 10, ал. 6 от Закона за хазарта:

Съветът споделя идеята, за реализиране на която и на общностно, и на национално ниво през последните години се полагат усилия - осигуряване на по-ефективна и по-малко натоварваща регулация, така че регулаторите да се фокусират върху предизвикателствата, които наистина трябва да бъдат решени. Все по-често в законодателството се признават саморегулацията и ко-регулацията като необходими инструменти за постигане на целите на политиките в отделните области.

Доколкото в националния саморегулаторен орган Национален съвет за саморегулация, са представени трите страни на рекламната индустрия – рекламодатели, рекламни агенции и медии, Съветът за електронни медии вярва, че по-отговорна търговска комуникация може да бъде постигната и през правилата и механизмите на саморегулацията.

Така, след измененията на ЗРТ (ДВ, бр. 12 от 2010 г.) доставчиците на медийни услуги бяха ангажирани с изготвяне на саморегулаторни правила, относно търговските 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

всякаква форма на частна кореспонденция като електронни съобщения, изпращани на ограничен брой адресати. Това определение следва да изключва всички услуги, чиято основна цел не е предоставянето на предавания, т.е. когато аудиовизуалното съдържание е включено случайно в услугата и не е нейна основна цел. За пример могат да бъдат посочени интернет сайтове, които съдържат аудиовизуални елементи само като помощно средство, например анимирани графични елементи, кратки рекламни спотове или информация, свързана с продукт или услуга извън аудиовизуалната област. Поради тези причини от приложното поле на директивата следва да бъдат изключени също игрите на късмета, в които се залагат пари, включително лотария, наддаване и други форми на хазарт, както и онлайн игри и програми за търсене, но не и излъчвания, изцяло посветени на хазартни игри или игри на късмета.

препоръчителен. Доставчиците бяха задължени да спазват нормите на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация.

В този смисъл, обвързването на бизнеса с изработването на правила относно рекламата на хазартни игри, съгласно чл. 10, ал. 6 на Закона за хазарта, способства за защита на обществения интерес, като ангажира участниците да предоставят реклами, които са не само законни, но и благоприлични, почтени, честни и правдиви.

В заключение, Съветът за електронни медии отчита необходимост от прецизиране и подобряване на текстовете на предложения Закон за изменение и допълнение на Закона за хазарта.


СОФИЯ ВЛАДИМИРОВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА СЕМ *

