НАРОДНО СЪБРАНИЕ
Вх. № 51-554-04-238
Дата: 03 / 07 2025

РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

ПЕТДЕСЕТ И ПЪРВО НАРОДНО СЪБРАНИЕ

8/18

ЧРЕЗ
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА
51-ОТО НАРОДНО СЪБРАНИЕ
НАТАЛИЯ КИСЕЛОВА

ДО
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА
КОМИСИЯТА ПО ТРАНСПОРТ И СЪОБЩЕНИЯ
КИРИЛ ДОБРЕВ

УВАЖАЕМИ Г-Н ПРЕДСЕДАТЕЛ,

На основание чл. 79, ал.1 от Правилника за организацията и дейността на Народното събрание, правим следните мотивирани изменения и допълнения в Общия законопроект за изменение и допълнение на Закона за електронните съобщения (51-553-19-14):

1. Създава се § 6а:
"§ 6а. Създава се чл. 28а със следния текст:
„чл. 28а. (1) Към комисията с решение се създава обществен съвет по цифровите услуги с участие на представители на професионални сдружения, гражданския сектор, и академичната общност в областта на електронните съобщения, медиите и цифровите технологии.
(2) Обществеият съвет дава становища при утвърждаване на статут на доверени податели на сигнали и на одобрени изследователи, по проекти на нормативни актове и проекти на общи административни актове на комисията при изпълнение на функциите ѝ на Координатор за цифровите услуги, подпомага с експертни становища дейността на Координатора за цифровите услуги по въпроси от неговата компетентност при поискване, следи оценките на риска на доставчиците, предоставяни съгласно Регламент (ЕС) 2022/2065, включително в тяхната част относно България и дава препоръки на Координатора за цифровите услуги и компетентните органи за засилено наблюдение на определени аспекти на тяхната дейност на база на посочените оценки, и изготвя годишен доклад за дейността си, който се публикува на сайта на Координатора за цифровите услуги не по-късно от 31 март на всяка година."
(3) Комисията води публичен регистър за прозрачност, който включва:

1. данни на заседанията на обществения съвет
2. данни за срещи на членове на комисията с организации, попадащи в обхвата на Регламент (ЕС) 2022/2065.

Мотиви: В редица други държави са създадени такива консултативни съвети, които дават допълнителна легитимност на координаторите и подпомагат дейността им с експертиза. Дейността им е насочена не към вмешателство в конкретни производства, а към балансирана позиция при изработването на практика и "меко право" от страна на Координатора на цифрови услуги, което засяга голям брой субекти или обществото като цяло. . С оглед на ограничаване на рисковете от това заинтересовани страни да участват непряко в работата на обществения съвет се предлага публичен регистър за прозрачност, в който да се документират заседанията и данните за проведени срещи с представители на регулирани субекти.

2. § 8 се изменя така "Съветът за електронни медии подпомага координатора за цифровите услуги при упражняване на неговите правомощия по член 49 от регламент 2022/2065 в частта, отнасяща се до незаконно съдържание по смисъла на правото на ЕС или на националното право, пренасяно от платформи за споделяне на видеоклипове като съществена част от тяхната дейност, следи оценките на риска, подадени от тези платформи в частта незаконно съдържание, както и уведомленията от доверени податели на сигнали в тази връзка, издава становища, задължителни за координатора на цифрови услуги по утвърждаване на статут на доверени податели на сигнали за платформите за споделяне на видеоклипове по чл. 22, параграф 2 от Регламента, както и за издаване на заповеди за предприемане на действия срещу незаконно съдържание по чл. 9 от същия".

Мотиви: СЕМ следва да контролира единствено аспекти, свързани с конкретното аудиовизуално съдържание и то доколкото същото е незаконно по смисъла на АЦУ и свързаните актове. Всички останали задължения по регламент са свързани с административни мерки, права на потребителите, прозрачност и др., които не изискват специфичната компетентност на СЕМ. Още повече, че това би дублирало нуждата от капацитет в двата органа (КРС и СЕМ) по отношение на едни и същи задължения, единствено с оглед на това какъв е типът на платформата - напр. за социална мрежа с преимуществено текстово съдържание ще отговаря КРС, а социална мрежа с преимуществено видео-съдържание ще отговарям СЕМ, което не би било целесъобразно. Духът на текста на вносителя е в тази посока, но текстът може да бъде тълкуван и по начин, който въвежда СЕМ като контролен орган по отношение на доставчика на платформите за аудиовизуално споделяне. Още повече, че е употребен некоректния термин "посреднически услуги на информационното общество", поради което нормата има нужда от прецизиране.

3. В § 9, в чл. 49д се правят следните изменения и допълнения:
а) В ал. 1 думите "копие от акта" се заменят с думите "акта или негов заверен електронен образ по електронен път"
б) Създава се ал. 5:
"(5) Комисията поддържа публичен регистър на актовете по чл. 9 и чл. 10 от Регламент (ЕС) 2022/2065, в който в структуриран вид се обявяват данни за органа, издал акта, доставчикът на посреднически услуги, за когото се отнася и основанието за издаването на акта.

Мотиви: Изменението в ал. 1 е редакционно и предвижда актовете да се изпращат единствено по електронен път - ако са издадени като електронен документ - в оригинал (тъй като електронните документи нямат копия), а ако са издадени на хартиен носител - като заверен електронен образ. Целта е КРС да не получава актове на хартиен носител.
Предложението в ал. 5 цели повече прозрачност на актовете за преустановяване на представянето на незаконно съдържание, с оглед на избягване на злоупотреби, тъй като в част от тези случаи липсва съдебен контрол.

4. Създава се § 10а:
"§ 10а. В чл. 134, ал. 6 думите "Когато краен ползвател прекрати договор, той" се заменят с думите "При прекратяване на договор от някоя от страните, крайният ползвател"

Мотиви: В последните години се наблюдават некоректни търговски практики на прекратяване на договор от страна на оператор в определени случаи, което препятства възможността за преносимост на номерата. С предложеното изменение правото на преносимост няма да зависи от това кой е прекратил договора. Отразени са бележки на МТС по отхвърления на първо четене законопроект.

5. В § 20 настоящият текст става т. 1 и се създава т. 2-4:
2. Създава се чл. 7а:
"Отговорност на доставчиците на онлайн рекламни услуги
Чл. 7а. (1) Доставчик на онлайн рекламни услуги е доставчик на онлайн рекламни услуги по смисъла на чл. 2, т. 2, буква й) от Регламент (ЕС) 2022/1925 на Европейския парламент и на Съвета от 14 септември 2022 година за достъпни и справедливи пазари в цифровия сектор и за изменение на директиви (ЕС) 2019/1937 и (ЕС) 2020/1828
(2) Доставчиците на онлайн рекламни услуги носят отговорност за спазване на изискването по чл. 5, ал. 3, т. 2.
(3) Доставчиците на онлайн рекламни услуги събират и съхраняват идентифициращи данни за физическите и юридическите лица, за които разпространяват търговски съобщения, както и на физическите и юридическите лица, на които изплащат средства за показване на търговски съобщения и предоставят тези данни на Комисията за защита на потребителите при поискване.

(4) Комисията за защита на потребителите извършва периодичен преглед на доставчиците на онлайн рекламни услуги и изготвят и публикува годишен доклад за прилагането на този закон спрямо тях.
(5) Комисията за защита на потребителите изпраща уведомления към доставчиците на онлайн рекламни услуги за търговски съобщения, които не отговарят на изискванията на този закон."

3. Създава се чл. 18а:
"Използване на браузър по подразбиране за медийни услуги
Чл. 18а. (1) Много големите онлайн платформи и много големите онлайн търсачки не могат чрез свои приложения за мобилни устройства да налагат използването на браузър, различен от браузъра по подразбиране на потребителя, при отваряне на интернет страници на доставчици на медийни услуги, вписани в регистъра по чл. 7в от Закона за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги.
(2) При установяване на нарушение на изискването по ал. 1, Комисията за регулиране на съобщенията приема решение и съставя предписание на много голямата онлайн платформа или много голямата онлайн търсачка за спазване на настоящият член."

4. Създава се чл. 26:
"Чл. 26. (1) При установяване на десет или повече нарушения на този закон в рамките на една година от страна на доставчик на онлайн рекламна услуга или при липса на последващо действие по десет или повече уведомления по чл. 7а, ал. 5 в рамките на една година, председателят на Комисията за защита на потребителите налага принудителна административна мярка - спиране на достъпа до онлайн рекламната услуга за срок до 30 дни.
(2) Актовете за прилагането на принудителната административна мярка по ал. 1 се публикуват на интернет страницата на Националната агенция за приходите в деня на издаването им. Лицата, за които тези актове се отнасят, се смятат уведомени в деня на публикуването. Ако в тридневен срок от публикуването лицето не преустанови нарушението, председателят на Комисията за защита на потребителите подава искане до председателя на Софийския районен съд да постанови всички предприятия, предоставящи обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, да спрат достъпа до онлайн рекламната услуга за 30 дни. Председателят на Софийския районен съд или оправомощен от него заместник-председател се произнася по искането в срок до 72 часа от постъпването му. Издаденото от съда разпореждане се публикува на интернет страницата на агенцията в деня на получаването му. Предприятията, предоставящи обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, са длъжни да спрат съответния достъп до съответните в срок до 24 часа от публикуване на разпореждането на съда. Комисията за защита на

потребителите поддържа в машинночетим формат актуален списък на интернет адресите на онлайн рекламни услуги, за които има издадено разпореждане от съда.
(3) Наказващият орган изпраща интернет страниците и интернет адресите по ал. 2 в сигнал до доставчици на услуги за обикновен пренос със значително влияние, определени от Комисията за регулиране на съобщенията."

5. Създава се § 23:
§ 23. В Закона за храните (Обн. ДВ. бр.52 от 2020г., изм. и доп. ДВ. бр.65 от 2020г., изм. и доп. ДВ. бр.13 от 2021г., изм. ДВ. бр.102 от 2022г., доп. ДВ. бр.80 от 2023г., изм. ДВ. бр.100 от 2023г., изм. ДВ. бр.102 от 2023г.) се създава чл. 134а със следния текст:
Чл. 134а. (1) Наказва се с глоба от 1000 до 2000 лв. или се налага имуществена санкция от 2000 до 4000 лв. на лица, които извършват пряка или косвена реклама на хранителни добавки в печатните и/или в електронните медии, както и в интернет, като използва нечие име без съгласие.
(2) При повторно нарушение глобата или имуществената санкция е от 4000 до 15 000 лв.
(3) За преустановяване публикуването на интернет реклама по ал. 1 се разпорежда премахване със заповед по чл. 9, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/2065, издадена от директора на Българската агенция по безопасност на храните.
(4) Глобите или имуществените санкции по ал. 1 и ал. 2 се налагат и на доставчик на онлайн рекламни услуги, установен в България, който системно не предприема последващи действия по подадените сигнали.
(5) При липса на последващо действие по десет или повече сигнали по ал. 3 в рамките на една година, председателят на Българската агенция за безопасност на храните уведомява председателя на Комисията за защита на потребителите, който прилага чл. 26 от Закона за електронната търговия.

Мотиви (по § 20 и 23): В последните години множество рекламни мрежи (местни или регионални) се използват за разпространение на особен вид фалшиви новини - де-факто рекламно съдържание на хранителни добавки чрез злоупотреба с известни личности - лекари, музиканти, журналисти и др. Тази практика в последните месеци е обогатена чрез т.нар. "Deep fake" видеа на такива известни личности. С цел ограничаване на този проблем, се предлага както въвеждане на отговорност за операторите на рекламни мрежи за спазване на формалните изисквания за предоставяне на информация по Закона за електронната търговия, така и санкционни правомощия на БАБХ и КЗП. БАБХ ще може да налага глоби и имуществени санкции за разпространение на такива реклами вкл. на рекламните мрежи (тъй като самите сайтове, които публикуват съдържанието, често са анонимни и не може да бъде установено физическо или юридическо лице, което стои зад тях). КЗП ще може, подпомагано от Комисията за регулиране на съобщенията, да блокира достъпа до рекламните мрежи за системни нарушения на нормите за търговски съобщения (като това ще се реализира чрез интернет-доставчиците). Избраният подход за блокиране единствено

на рекламни мрежи, а не на самото съдържание, гарантира, че няма да има риск от засягане на свободата на изразяване онлайн.

Такива мерки са допустими спрямо доставчици, установени както в България, така и в друга държава членка или трета страна с оглед на чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО - в конкретен случай, който е свързан със защитата на потребителите, държава-членка може да ограничи достъп до услуга на информационното общество. Злоупотребата с рекламни мрежи е именно такава хипотеза. Предвижда се КЗП да изпраща уведомления за сваляне на търговски съобщения, които противоречат на изискванията на закона, като системна липса на реакция от страна на рекламната мрежа също следва да е основание за преустановяване на достъпа.

На трето място, бизнес моделът на немалко сайтове за фалшиви новини включва монетизиран чрез показване на рекламни съобщения. Анонимните собственици на сайтове за фалшиви новини генерират печалба от сензационността на заглавията и съдържанието. Големите рекламни мрежи в последните години значително повишиха контрола при изплащането на средства на такива сайтове, но все още има множество локални и регионални рекламни мрежи, които не прилагат такъв контрол. Според информация в международната преса, това се е превърнало в цяла индустрия в някои части на по-бедни държави.

Гарантирането на свободата на изразяване не позволява на законодателя и още по-малко на изпълнителната власт да определя кое е фалшива новина и кое не, но както потребителите, така и държавните органи, занимаващи се със защита на потребителите, следва да разполагат с информация както кой рекламира даден продукт, така и кой стои зад дадена интернет страница показваща рекламите (без значение дали тя продава хранителни добавки, предлага курсове за инвестиции на фондовите борси или публикува новинарско съдържание). В тази посока са и последните предложения на Европейската комисия за т.нар. "удостоверения за автентичност на уебсайтове", с които да може да бъде установено лицето (юридическо или физическо), което оперира дадена страница, която монетизира рекламно съдържание, тъй като това знание, в момента на използването ѝ или в бъдещ момент, може да бъде от съществено значение за потребителите и съответния контрол орган. Анонимното монетизиране на съдържание не е сред основните граждански права, поради което с настоящия законопроект се предлага рекламните мрежи да са длъжни да идентифицират лицата, които оперират интернет страници, на които се изплащат средства от рекламните мрежи.

С оглед на редица решения на Съда на Европейския съюз по приложението на чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО, предложените правомощия за спиране на достъп до 30 дни не е обща, а изисква решение на компетентния орган за конкретен случай, като обаче го

обвързва да приеме такова решение, в случай, че са налице предвидените обстоятелства и рискове.

Спирането на достъпа до дадена рекламна услуга (чрез нейния интернет сайт и/или интернет адрес) се извършва по действащия ред за блокиране на интернет страници, подлежащ на съдебен контрол, приложен в Закона за хазарта и други закони. В добавка на съществуващи ред, списъкът с интернет адреси (домейни или IP адреис) се публикува в машинночетим формат, централизирано на интернет страницата на КЗП, което ще улесни доставчиците на електронни съобщителни услуги в прилагането на мерките. Към действащия ред се добавя и задължение за наказващите органи да подават сигнали до големи доставчици на обикновен пренос, които не са установени в страната - напр. доставчици на DNS услуги като Cloudflare и Google. Конкретният списък с такива доставчици със значимо влияние в България ще се определя от Комисията за регулиране на съобщенията.

6. Създават се § 24:
§ 24. В Закона за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги (Обн. ДВ. бр.108 от 2000г., изм. ДВ. бр.28 от 2005г., изм. ДВ. бр.88 от 2005г., изм. ДВ. бр.94 от 2005г., изм. ДВ. бр.57 от 2007г., изм. ДВ. бр.42 от 2009г., изм. ДВ. бр.82 от 2009г., изм. ДВ. бр.87 от 2010г., изм. ДВ. бр.101 от 2010г., изм. и доп. ДВ. бр.94 от 2018г., изм. ДВ. бр.17 от 2019г., изм. ДВ. бр.31 от 2022г., изм. ДВ. бр.56 от 2023г., изм. ДВ. бр.66 от 2023г., изм. ДВ. бр.84 от 2023г.) се правят следните изменения допълнения:
1. В чл. 7а се създава ал. 9:
"(9) Когато доставчикът на медийна услуга разпространява съдържание чрез една или повече интернет страници, интернет адресите им се посочват в декларацията по ал. 3."

2. В чл. 7в се правят следните изменения и допълнения:
а) в ал. 1 и ал. 2 думите "ал. 3, 4 и 7" се заменят с думите "ал. 3, 4, 7 и 9"
б) създава се ал. 3 със следния текст:
"(3) Данните от регистъра по ал. 1 се публикуват и в отворен, машинночетим формат"

3. Създава се чл. 7г със следния текст:
"Право на информация от много големи онлайн платформи
Чл. 7г. Доставчици на медийни услуги, разпространяващи съдържание чрез интернет страници, вписани в регистъра по чл. 7в, ал. 1, имат право на информация от много големите онлайн платформи за ограничаване на видимостта на техни публикации в рамките на много голямата онлайн платформа."

Мотиви: Българските онлайн доставчици на медийни услуги страдат от редица проблеми, свързани с много големите онлайн платформи - проблем, идентифициран от Европейската комисия при редица законодателни актове, в т.ч. последните промени в авторскоправния режим на ЕС. Два конкретни проблема, които решава настоящият законопроект са използването на т.нар. in-app браузъри, които ограничават видимостта на доставчиците на медийно съдържание за техните потребители, и необяснимото ограничаване на разпространението на легитимно новинарско съдържание в социалните мрежи. За целта се предвидени и изменения в Закона за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги, които да направят технически възможно решаването на двата проблема.

По първия проблем със законопроекта се предлага ограничение на много големите онлайн платформи да използват собствен браузър (а не браузъра на потребителя по подразбиране) за отваряне на новинарско съдържание. Това ще позволи по-добър анализ на потребителите от страна на доставчиците на медийно съдържание и ще позволи по-лесна работа на потребители с профили, които имат достъп до платено съдържание.

Това допълнение на предвидените в Регламента норми е допустимо съгласно съображение 9 и по-конкретно - разпоредбата на чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО, параграф 4, буква а, т. i относно защитата на потребителите. Промяната защитава потребителите по следния начин - in-app браузърите позволяват т.нар. "инжектиране на скриптове" от страна на доставчика на основното приложение, с което действията на потребителите на интернет страници на трети страни могат да бъдат проследявани, в т.ч. съществува риск техните пароли да бъдат записвани без тяхно знание. Подобрява се и удобството на потребителите, тъй като много онлайн медии поддържат потребителски профили с възможност за коментари, запазване и др. - нещо, което не работи при липса на съхранена потребителска сесия във вградените браузъри.

Тъй като преустановяване на предоставянето на услугата не е пропорционална мярка в този случай, предвидената мярка е единствено съставяне на предписание от страна на КРС до съответната онлайн платформа.

По втория проблем се предвижда много големите онлайн платформи да предоставят информация за ограничаване на разпространението на медийно съдържание, по ред определен от КРС. Доставчиците на медийни услуги имат право да получат обратна връзка за причините, поради което разпространението на легитимно и качествено медийно съдържание бива ограничено.

ВНОСИТЕЛИ:

Recoverable Signature

X Божидар Божанов

Божидар Божанов

Signed by: BOZHIDAR PLAMENOV BOZHANOV