

**ДО
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА КОМИСИЯ
ПО БЮДЖЕТ И ФИНАНСИ КЪМ
44-ТО НАРОДНО СЪБРАНИЕ НА
РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ –
ГОСПОЖА МЕНДА СТОЯНОВА**

СТ А Н О В И Щ Е

О Т

**Българска Търговска Асоциация на Производителите и Организаторите от Игралната
Индустрия (БТАПОИИ)**

Относно: Проект на Закон за изменение и допълнение на Закона за хазарта № 854-01-40, внесен от народния представител Христиан Радев Митев и група народни представители на 11.05.2018 година.

**УВАЖАЕМА ГОСПОЖО ПРЕДСЕДАТЕЛ,
УВАЖАЕМИ ЧЛЕНОВЕ НА КОМИСИЯТА,**

Във връзка с обсъждането на законопроекта за изменение и допълнение на Закона за хазарта, представяме на Вашето внимание становището на БТАПОИИ, като считаме, че част от предложенията, свързани с рекламата на хазартни игри, не следва да бъдат приети в предложената редакция.

І. § 2, т. 1 от законопроекта предлага следната редакция на текста на чл. 10 от ЗХ:

(1) Забранява се пряката и непряка реклама на хазартни игри, както и изпращането на непотърсени електронни съобщения на неограничен брой лица, в които се съдържа информация за хазартна игра.

Считаме, че предложението следва да **не бъде прието**.

Аргументи:

В текстовете липсва заложената в мотивите цел да се уеднаквят режима на рекламата на хазартни игри с аналогичните разпоредби за защита на обществения интерес, касаещи рекламата на спиртни напитки, на тютюн и тютюневи изделия и на наркотични вещества и прекурсори. С текстовете на проектозакона такова уеднаквяване не е постигнато. Аналогията с наркотичните вещества е неприложима, защото забраната при тях е насочена към визуализацията на изображенията. Следвайки такава аналогия, забраната при хазартната дейност следва да е насочена към визуализацията на зарчета или рулетка, например. Уредбата на непряката реклама за спиртните напитки е насочена предимно към защитата на непълнолетните и обществения интерес без необосновани рестрикции към лицата, чиято дейност е свързана с производството или разпространението на тези стоки. В този смисъл, уредбата на ограниченията при непряката реклама на спиртните напитки, заложената в Закона за здравето, може да послужи като добър законодателен модел.

II. § 3 от законопроекта предлага в § 1 от ДР на ЗХ да се създаде т. 23а със следната дефиниция за „непряка реклама на хазартни игри“:

„т.23а Непряка реклама на хазартни игри е всяка форма на търговско послание, съобщение или препоръка, която включва и наименование на хазартна игра или на търговската марка на организатор на хазартна игра и/или дейност върху продукти и стоки, които не са свързани с хазарт.“

Считаме, че предложението следва да не бъде прието.

Аргументи:

С дефиницията на непряка реклама не съответства на действащата разпоредба на чл. 10, ал. 2, т. 2 от Закона за хазарта, която допуска обявяването на търговската марка на организатора. Въвеждането на абсолютна забрана на непряката реклама е безпрецедентен модел в регулацията не само на хазартната дейност. Подобен подход липсва и при уредбата на други стоки, които са със специален правен режим като спиртни напитки, тютюн и тютюневи изделия, към които реферира вносителя в мотивите към законопроекта. Последните не кореспондират със съдържанието на предложените текстове. В мотивите изрично е посочено, че пълната забрана на допустимата реклама на хазартни дейности НЕ е в обществен интерес (напр. спонсорско изписване на фирмата върху спортни фланелки, пана, преграждания и други плоскости на спортни и културни:) мероприятия). Въведената абсолютна забрана на непряката реклама, без да е разписана ясна дефиниция с допустимите граници и изключения, забранява и спонсорското изписване, което следва да е допустимо, според мотивите.

Предложеното определение за непряка реклама е немотивирано и необосновано в частта, която забранява на производители на игрално оборудване да популяризират търговската си марка. Доколкото програмирането на софтуер за игрално оборудване е дейност по Закона за хазарта, на тези производители се забранява съобщаването на търговската им марка, което е лишено от икономическа и правна логика.

БТАПОИИ подкрепя идеята за ясна регламентация на пряката реклама на хазартни игри и представяне на допустимата информация, свързана с тях, в определени часови диапазони и брой телевизионни излъчвания, както и текстове, ограничаващи агресивно директно приканване към участие в игрите. Считаме, че забраната на непряка реклама в предложения в законопроекта вид е крайна и необоснована мярка, която нито е в защита на обществения интерес, нито е от икономическа полза за няколко сектора: спорт, медии и организатори, работещи в развлекателната индустрия. **Надяваме се предложенията ни да бъдат полезни и намерят отражение в гласувания проект за изменение и допълнение на Закона за хазарта.**

С Уважение:



/Ангел Ирибозов - Председател на УС/