

Липсващото С

Преглед на спонсорството от страна на тютюневата
индустрия в България

от Павел Антонов, PhD и Велина Барова

София 2019 г
Фондация “БлуЛинк”

Въведение и цели

“Спонсорство” - последната буква от TAPS, заслужава разгадаване.

Малцина знаят какво е спонсорство от тютюневи компании и защо се препоръчва ограничаването му, а още по-малко от тях имат желание или възможност да предприемат нещо.

Целта на проведеното изследване е да вдигнем завесата над спонсорството на тютюн, да очертаем и разберем ситуацията в българското общество.

Въпроси:

- какво казва законодателството - международно и национално;
- какво се случва в България в областта на спонсорството от страна на тютюневите компании;
- кои са основните участници в спонсорството на тютюневите компании и как те са свързани с него;
- какви фактори влияят на спонсорството на тютюневата индустрия в България; и
- какви са възможностите и намеренията за ограничаването му.

Изпълнение и методи на изследването

1. Изясняване на понятието "спонсорство" и начина, по който се разбира.
2. Описание на законодателни норми, включително на РККТ, европейски и национални, засягащи спонсорството на тютюн в България и ЕС.
3. Описание на ситуацията със спонсорството на тютюневата индустрия в България.
4. Полуструктурирани интервюта с ключови участници, съгласно предварителен въпросник.
5. Консултиране на находките с експерти.

Що е спонсорство от тютюневи компании?

Спонсорство на тютюн - в член 1 на РККТ е както следва:

(g) “спонсорство на тютюн” означава допринасянето в полза на всякакво събитие, дейност или индивид с цел действително или потенциално последствие да се популяризира употребата на тютюн по пряк или косвен начин.

Член 13 от РККТ е преведен на български език като "**Реклама, промоция и спонсориране на тютюн**".

Участници в спонсорството от тютюневи компании

- спонсори, представляващи компании или интереси на тютюневата индустрия;
- получатели на спонсорство или такива, които предизвикват подозрение за получено спонсорство;
- представители на правителствени и други институции и организации, участвали или допринесли за насърчаването на спонсорството от тютюневи компании, или тези, които може да се очаква да противодействат; и

- трети страни - експерти, чийто аналитичен или интерпретативен поглед допринася за осветяването и разбирането на процесите на спонсорството от страна на тютюневите компании.

Участници в изследването

- Филип Морис България
- Фондация ВCause
- Икономедиа
- Доц. Д-р Марина Стефанова, Висше училище по застраховане и финанси и СУ "Св. Климент Охридски"
- Министерство на здравеопазването (МЗ)
- Български дарителски форум (БДФ)
- Български форум на бизнес лидерите (BBFL)
- Център за приобщаващо образование
- Списания "Бизнес лейди" и "България бизнес ривю"
- Президентство на Република България
- Йорданка Фандъкова, кмет на София
- Деница Сачева, заместник-министър на образованието

Анализатори и експерти

- Световна здравна организация
- Д-р Маша Гавраилова, председател на Управителния съвет на Сдружение "България без дим"
- Доц. Тодор Ялъмов, катедра "Бизнес администрация", Стопански факултет, Софийски университет "Св. Климент Охридски".

Спонсорство от тютюневата индустрия в българското законодателство

РККТ, Чл.1, сред използваните термини обяснява "спонсорство на тютюн" като:

допринасянето в полза на всякакво събитие, дейност или индивид с цел действително или потенциално последствие да се популяризира употребата на тютюн по пряк или косвен начин.

Член 13 от РККТ е преведен на български като "Реклама, промоция и спонсориране на тютюн". По този начин терминът е използван в ключовата алинея 2: "Всяка страна в съответствие със своята конституция и конституционни принципи ще налага всеобхватна забрана на всякаква реклама, промоция и спонсорство на тютюн. Това включва в съответствие с правната уредба и техническите средства, с които разполага конкретната държава, всеобхватна забрана на трансгранична реклама, промоция и спонсорство с произход нейната територия."

▼ **Понятието “спонсорство на тютюн” носи потенциал за недоразумения!**

По смисъл, става дума за спонсориране от страна на тютюневата индустрия. Затова тук боравим основно с понятието “спонсорство от тютюнева индустрия” или “спонсорство от тютюневи компании”.

Рамкова конвенция за контрол на тютюна, чл. 13

Рамковата конвенция за контрола на тютюна (РККТ) на СЗО нарежда **пълна забрана на спонсорството от страна на тютюневи компании** сред ефективните мерки за намаляване разпространението на тютюнопушенето, а страните, ратифицирали Конвенцията, се ангажират да приложат тази мярка в подкрепа на общественото здраве.

Насоките за чл. 13 от РККТ

Насоките за прилагане член 13 от РККТ, приети през 2008 г. на Третата конференция на страните, ратифицирали РККТ, обръщат внимание на факта, че някои тютюневи компании правят финансови дарения на организации, свързани със здравеопазване, околна среда и други каузи, но **подобен принос трябва да бъде забранен** като част от пълната забрана на рекламата, промоцията и спонсорството на тютюневи изделия, **защото целта, ефектът или възможният ефект на такива дарения е директно или индиректно да промотира тютюневи продукти или употребата им.**

Насоките към чл. 13 от РККТ обръщат внимание, че тютюневите компании може да се ангажират със **“социално отговорни” бизнес практики, които не включват принос към други организации.** Публичното представяне на такава информация трябва да е забранено, освен за целите на корпоративни отчети или необходимата бизнес администрация, тъй като ефектът отново може да бъде промотиране на тютюневи продукти или употребата им.

В България спонсорството все още е разрешено само с две ограничения:

- спонсорството на радио и телевизионни предавания е забранено, както и
- събития и дейности, които имат трансгранично въздействие

Няма ограничения за спонсорство на събития.

▼ **България не следва препоръките и духа на РККТ за ограничаване на спонсорството.**

Контрол на изпълнението от СЗО

Определение за оценка на националното законодателство за доклада за СЗО **“Глобалната тютюнева епидемия”**: *“Спонсорство е получаването на директно или индиректно публично приписване, признаване, асоцииране, идентифициране или излагане на която и да е марка за осигурено финансиране или услуги на което и да е събитие, шоу или дейност.”*

За да демонстрира, че напълно забранява всички форми на спонсорство, всяка страна трябва да е въвела забрани:

- на всяка форма на подпомагане (финансова или друга подкрепа) на каквото и да е събитие, дейност или човек;
- на публичността на финансиране или друго спонсорство от страна на тютюневата индустрия на събития, дейности или личности;
- на дейности в рамките на корпоративна социална отговорност (КСО);
- за публично разгласяване на дейности по КСО от страна на тютюневи компании/тютюневата индустрия;
- за други участници (entities), различни от тютюневите компании/тютюневата индустрия, да разгласяват публично дейности от КСО на тютюневи компании.

Директива 2003/33 / ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 26 май 2003 е транспонирана в Закона за тютюна, тютюневите и свързаните с тях изделия през 2004 г., изменен и допълнен през 2016 г. Точка 34 от § 1 на Допълнителните му разпоредби дефинира "спонсорство" като *"всяка форма на публичен или частен принос към осъществяването на мероприятие, дейност или насочен към лице, който има за цел или за свой пряк или непряк резултат популяризирането на тютюнево изделие и/или свързано с него изделие."*

Общото понятието за "спонсорство" се интерпретира от счетоводните норми единствено като форма на реклама.

▼ **Реклама с идеална цел? Неяснотата относно понятието за спонсорство по принцип създава негативни предпоставки и трябва да бъде преодоляна.**

Доклади по РККТ

Няма проблем с Конституцията! В доклада към Секретариата на РККТ на въпроса дали са възпрепятствани от своята Конституция или конституционни принципи да приложат всеобхватна забрана на рекламата, промоцията и спонсорството на тютюневи изделия, представителите на България отговарят през 2018 г. с "Да". Оказва се техническа грешка.

Отговорни институции:

- Министерство на здравеопазването - координира изпълнението на РККТ в България;
- Комисия за защита на потребителите - контролира рекламата, промоцията и спонсорството на тютюн на територията на България.
- МЗ (април 2019 г.): "Министерство на здравеопазването е координиращо звено в страната за изпълнението на Конвенцията, но в текстовете ѝ се включват регулации, които попадат в компетентността на други министерства". Те са:

- Министерство на земеделието, храните и горите - за изпълнение на чл. 9 и чл. 10 от РККТ;
- Министерство на икономиката отговаря за дейностите за изпълнение на чл. 11; чл. 13; чл. 16 от РККТ; и
- Агенция Митници - за дейностите за изпълнение на чл. 15 от РККТ.

▼“Прехвърляне на топката” за задълженията и отговорностите. Нужна е повече яснота.

Случаи от спонсорската практика

Случай 1: Често отличавано спонсорство

Забавно лято, грижовна есенна програма на Фондация ВCause от 2015 г.

Част от инициативите на PMI за корпоративна социална отговорност за подпомагане на местните общности в регионите за производство на тютюн: образователна академия за деца през летните месеци, медицински прегледи за възрастни хора, Академия за местни предприемачи и Учителска академия.

Награди за благотворителност и корпоративна социална отговорност.

- от Business Lady и Bulgaria Business Review;
- от Българският форум на бизнес лидерите; Български дарителски форум;
- от Център за приобщаващо образование.

Коалицията без тютюнев дим реагира с протестно отворено писмо.

Случай 2: CSR с ухание на тютюн

Учебник по корпоративна социална отговорност включва две практики на Филип Морис България:

- устойчиво управление на веригата за доставки и инвестициите им в местните общности, с които работят като доставчици.
- изцяло социални инвестиции, насочени към подпомагане на общностите, които са в т. нар. тютюневи региони.

Случай 3: Здравна конференция с тютюневи партньори

Филип Морис България - партньор на 5-та годишна конференция "Иновации и добри практики в здравния сектор", организирана от "Капитал" на 6 ноември 2018 г. в София. Откриване: д-р Даниела Дариткова-Проданова, председател на Комисията по здравеопазване в Народното събрание; Кирил Ананиев, министър на здравеопазването; д-р Дечо Дечев, управител на Националната здравноосигурителна каса; и...

- Руи Минос, ръководител на научните изследвания, Филип Морис Интернешънъл, реч на тема "Създаване на бъдеще без дим чрез иновации".

Случай 4: “Сребърно спонсорство” от РМ

На 27 февруари 2019 г. БФБЛ обяви финалистите и носителите на наградите за отговорен бизнес за 2018 г. Наградите за 2018 г. бяха връчени от министъра на труда и социалната политика, Бисер Петков, министър на околната среда и Води Нено Димов, заместник-министър на икономиката Александър Манолев, заместник-министър на образованието и науката Деница Сачева, кмет на Столична община Йорданка Фандъкова и заместник-посланик на Великобритания Лин Чарлс. Филип Морис България ЕООД е сред номинираните в категорията "Най-добра социална политика на малко и средно предприятие" за програмата "Забавно лято, внимателна есен" и "Сребърен спонсор".

Фактори за спонсорството от тютюневи компании

- Липса на ясна обща законодателна рамка за спонсорство.
- Липса на ясно регламентирани отговорности между държавните институции по отношение на контрола и изпълнението на РККТ допринася за неспособност на държавата да координира и прилага законодателството.
- МЗ има недостатъчен капацитет за да приведе в действие насоките на РККТ.
- Силно влияние на тютюневата индустрия върху вземането на политически решения в България.
- Отслабена способността на медиите да информират за нарушени права.
- Липса на гражданско съзнание и информираност за проблема.
- Цялостен про-индустриален обществен и политически дискурс и подценяване на обществените и здравен интерес.

Възможности за промяна и действия

- Промяна в Закона за тютюна, тютюневите и свързаните с тях изделия, чрез която да се въведе забрана за „спонсорство от лица, чиято основна дейност е производство или търговия с тютюн, тютюн и свързани с тях продукти или свързани лица“ на „спортни събития, развлекателни мероприятия или дейности, както и събития или дейности, включващи лица под 18 години“.
- Регламент за определяне на точните отговорности на Министерството на здравеопазването и други институции - МЗ да инициира и поведе процеса.
- Министерството на здравеопазването, Министерство на икономиката, Комисията за защита на потребителите да обезпечат ресурси и работно време за работа по проблемите на спонсорството.
- Повишаване на гражданско разбиране и подкрепа за прилагането на ограничения за спонсорство на тютюневите компании, работа с получателите организации.
- Задълбочена експертна аргументация за функцията на спонсорство за стимулиране на продажбата или употребата на тютюневи изделия и нейното разграничаване от обикновената благотворителност.

За този доклад и авторите му

Липсващото С: Преглед на спонсорството от страна на тютюневата индустрия в България е експертен доклад, изработен от изследователския екип на фондация “БлуЛинк” за нуждите на Коалицията за живот без тютюнев дим, в рамките на проект, финансиран от Съюза против туберкулозата и белодробните заболявания. Всички права за използване на доклада са запазени от Фондация “БлуЛинк” и Сдружение “Коалиция за живот без тютюнев дим”.

Автори: Д-р Павел Антонов, Управляващ редактор, и Велина Барова, Редактор, Фондация “БлуЛинк”. За кореспонденция с авторите: office@bluelink.net. ♦