

15 noiembrie 2018

În atenția

Biroului Permanent al Senatului României

Domnului Senator George Marussi

Domnului Deputat Dan Barna

Stimate doamne/stimați domni,

Vă facem cunoscut punctele de vedere ale organizațiilor semnatare cu privire la Propunerea legislativă – Lege privind Facilitarea încheierii contractelor de donație între operatorii economici și instituțiile sociale, înregistrată la Senat pentru dezbateră, cu nr. B476/2018.

1. Nu sunt clare elementele de noutate ale acestei propuneri legislative. Există deja legislație care reglementează transferul de proprietate cu titlu gratuit a produselor către ONGuri și alte entități (menționăm Legea sponsorizării, codul civil și Legea privind diminuarea risipei alimentare). Considerăm că pentru îmbunătățirea prevederilor legislative este mai potrivită modificarea legislației în vigoare. În condițiile legislației actuale sponsorii/donatorii pot deja să beneficieze de anumite facilități. În condițiile în care cantitatea de produse transferate este mică, așa cum se arată și în expunerea de motive, cu toate că există deja facilități pentru companii, considerăm că introducerea unor obligații ferme este mai eficientă decât încă o lege a cărei aplicare este voluntară.
2. Prezentul proiect de lege ar trebui corelat cu Legea privind diminuarea risipei alimentare (ex. termenele aplicabile). O altă soluție este scoaterea produselor alimentare de sub incidența acestui proiect de lege. În schimb ar trebui lărgită lista la orice fel de produse (ex. mobilă, produse electrocasnice, materiale de bricolaj sau construcție, etc) sau înlocuirea listei de produse transferabile cu o listă de produse ce nu pot fi transferate (ex. produse accizabile).
3. Lista de instituții sociale (art. 2) ce pot beneficia de produsele donate este restrictivă (de exemplu, exclude distribuție direct către consumatorul final, școală, spital, banca de alimente, magazinul social, federații/organizații cu filiale la nivel național). Pentru a evita excluderea unor entități non-profit, considerăm că este mai potrivită definirea unor criterii pe care organizațiile să le îndeplinească.
4. Interdicția privind revânzarea (art. 3) este inacceptabilă pentru că exclude magazinele sociale și alte entități non-profit ce servesc persoane aflate în situații de vulnerabilitate care pot cumpăra, în limite bine stabilite, produse la prețuri nesemnificativ de mici. Găsiți la finalul acestui document mai multe detalii despre magazinele sociale și efectele interzicerii revânzării.

5. Considerăm că includerea în lege a formularelor tip pentru cerere de produse, contract etc reprezintă o formă de suprareglementare. În cazul în care se consideră necesar, Legea ar putea include elementele minim obligatorii, lăsând la latitudinea părților implicate formularul propriu-zis.
6. Considerăm că art. 4, referitor la cantitatea de produse pe care o organizație le poate solicita, este restrictiv. În funcție de cantitatea de produse pe care o poate primi, o organizație sau alt tip de serviciu social se poate extinde către alți beneficiari. În plus, este o prevedere care, în practică, va fi greu de controlat.
7. Art. 5, alin (3) exclude transferul de la o organizație către altă organizație, deci exclude entități de tipul bancă de alimente (care distribuie și alte produse – de igienă, îmbrăcăminte etc), sau altele organizații umbrelă, care au capacitate mare de preluare și pot ușura transferul către entități mai mici.
8. Art 6., referitor la termenele de valabilitate de la care pot să fie transferate, nu este corelat cu prevederile Legii privind diminuarea risipei alimentare. Revenim la propunerea făcută mai sus, aceea de a scoate produsele alimentare de sub incidența acestui proiect de lege.
9. Sancțiunile prevăzute de proiectul de lege sunt disproportionale (ex. pedeapsa închisorii de la 3 luni la 1 an). Sancțiunile ar trebui să fie similare cu sancțiunile pe care le are un comerciant, cf. legislației în vigoare.

Revenim în final la situația magazinelor sociale sau a altor entități similare non-profit, ce vor fi grav afectate de interzicerea revânzării produselor primite (Art.3). Acestea sunt structuri neguvernamentale (asociații, fundații sau întreprinderi ale economiei sociale) care preiau produse transferate prin donare sau sponsorizare de către agenți economici și le vând, la prețuri simbolice, persoanelor aflate în sărăcie (beneficiari de servicii sociale). În practică, sponsorii sau donatorii pot să decidă către ce tip de organizații vor transfera produsele.

Magazinele sociale și alte structuri de economie sociale asemanatoare nu au profit. Vânzarea produselor asigură, de multe ori doar parțial, subzistența magazinului. În plus, vânzarea produselor la prețuri pe care totuși persoanele aflate în saracie extremă și le pot permite, asigură demnitatea beneficiarilor care sunt considerați clienți. Acest lucru le redă într-o oarecare măsură demnitatea pentru a găsi puterea de a merge mai departe, către un stil de viață autonom.

Dispariția magazinelor sociale și imposibilitatea apariției altora, afectează:

- a. **persoanele care beneficiază de servicii de asistență socială** prin legea 292/2011, sau beneficiază de tichete sociale în baza legii 248/2015 privind stimularea participării în învățământul preșcolar a copiilor provenind din familii defavorizate;
- b. **primăriile**, care au obligația asigurării suportului material și alimentară pentru familiile aflate în sărăcie extremă pentru care trebuie să asigure intervenția de urgență, potrivit legii 292/2011; existența magazinului social contribuie la scăderea cheltuielilor de la bugetele locale, care vor plăti mai puțin pentru susținerea cantinelor sociale și a ajutoarelor de urgență, destinate persoanelor și familiilor aflate în situație de risc de excludere socială.

- c. un domeniu de interes si de dezvoltare pentru **întreprinderile sociale** care funcționează în baza legii 219/2015 privind economia socială;

Pentru o bună înțelegere a ce înseamnă un magazine social, și a impactului pe care îl are atât în domeniul reducerii sărăciei, cât și al diminuării risipei de hrană vă invităm să vizitați Asociația Somaro – Magazinul Social, aflat în București, Str. Luncani, nr.5 (Piata Matache) și Sibiu, Str. Electricienilor FN. De aici se aprovizionează peste 825 de familii din București și Sibiu, aflate în evidența Direcției Generale de Asistență Socială și Protecția Copiilor Sectorul 1 sau Direcția de Asistență Socială Sibiu. Astfel de magazine există peste tot în Europa și sunt văzute ca o soluție alternativă, pe lângă băncile de alimente sau alte servicii oferite gratuit.

În contextual dezbaterii parlamentare a acestei propuneri legislative vă stăm la dispoziție pentru orice alte detalii.

Persoane de contact:

Simon Suitner, Asociația SOMARO – Magazinul Social, simon@somaro.org

Oana Preda, CeRe: Centrul de Resurse pentru participare publică, oana@ce-re.ro.

Pentru FoodWaste Romania