

# РЕШЕНИЕ

№ 172

гр. София, г. 12.01.2015 г.



## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, VI КАСАЦИОНЕН СЪСТАВ**, в публично заседание на 12.12.2014 г. в следния състав:

**ПРЕДСЕДАТЕЛ: Любка Стоянова**

**ЧЛЕНОВЕ: Маруся Йорданова**

**Мирослава Керимова**

при участието на секретаря Антонина Бикова и при участието на прокурора Димитров, като разгледа дело номер 7292 по описа за 2014 година докладвано от съдия Любка Стоянова, и за да се произнесе взе предвид следното:

**Производството е по реда на чл. 208 - чл. 228 от АПК, във връзка с чл. 63, ал. 1, изр. 2 ЗАНН.**

С Решение от 06.06.2014 г. по н. а. х. д. № 1638/2014 г., Софийски районен съд, НО, 121 състав е потвърдил Наказателно постановление /НП/ №РД-10-1/09.01.2014 г. на председателя на Съвета за електронни медии, с което на „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД гр. София, представлявано от Дидие [REDACTED] Щосел, е наложена имуществена санкция в размер на 5 000 лв. на основание чл.218 ал.7 от Закона за здравето за нарушение по чл.55 ал.1 Закона за здравето.

Срещу така постановеното решение е постъпила касационна жалба от „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД, гр. София, в която моли същото да бъде отменено. Касаторът твърди, че решението е неправилно поради нарушение на закона. По същество, преповтаря аргументите, изложени в първоинстанционната жалба, като смята, че е налице продуктово позициониране на спиртната напитка, а не забранената пряка реклама. Твърди, че неправилно административния орган не се е съобразил с приетите от него Критерии за отграничаване на маловажните случаи на извършени нарушения на ЗРТ. По горните съображения, според касатора, СРС е приложил разпоредбата на чл. 55, ал. 1, вр. § 1, т. 19 от 33 разширително, което е недопустимо при ангажиране на административно - наказателна отговорност.

Ответникът по касационната жалба, Председателят на Съвета за електронни медии, не взема становище по касационната жалба.

Представителят на Софийска градска прокуратура счита, че жалбата е неоснователна и решението следва да бъде оставено в сила.

Жалбата е процесуално допустима.

Подадена е от надлежна страна и в законоустановения срок, спазването на който съдът установи при съпоставка на датата, на която касаторът е бил

уведомен за постановеното решение – 23.06.2014 г. и входящия номер на жалбата – 03.07.2014 г.

Административен съд София - град, като прецени събраните по делото доказателства, доводите и възраженията на страните, намира касационната жалба за неоснователна.

За да постанови решението си, първоинстанционният съд е събрал като доказателства по делото писмените такива, представени с наказателното постановление, показанията на актосъставителя, както и DVD-диск, съдържащ твърдяната „реклама“.

Пред настоящата съдебна инстанция не са ангажирани нови от допустимите писмени доказателства.

Касационната инстанция споделя изцяло фактическите и правните изводи на първоинстанционния съд.

Счита за установено, че на 12.10.2013 г. по програма „Нова телевизия“ на „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД гр. София, за времето от 19:56:35 до 21:00:51 часа е излъчен поредния епизод от предаването „VIP BROTHER 2013“.

В началото на предаването има наличен надпис: „В предаването има продуктово позициониране“, като след излъчване на обозначен рекламен блок и самопромоция има надпис: „В предаването има продуктово позициониране“. Следва картина от студиото на Къщата на „VIP BROTHER“ и водещата Александра Сърчаджиева казва: „Здравейте отново, приятели. Това е „VIP BROTHER 2013“. Шоуто, в което няма скрито-покрито и всичко е на масата. Сега ще ви докажем именно, че каквото се случи на масата - остава на масата и че когато в Къщата е имало конфликт на обяд, конфликт ще има и в менюто за вечеря. Вижте какво докара поредният яростен пристъп на Ваня.“

След тези думи, от 20:52:28 часа до 20:52:31 часа, следва картина със следното съдържание: на цял екран се виждат три бутилки с етикет „Сливенска перла“, като същите са разположени върху бар-плот в средата на екрана. В долната лява част на екрана излиза логото на предаването, в което е записан 20:16 часа. Мъжки глас зад кадър казва: „двайсет часа и шестнайсет минути“.

За нарушението е съставен АУАН №НД-01-126/20.11.2013 г. съставен от [REDACTED] на длъжност старши инспектор в Съвета за електронни медии. Въз основа на акта за установяване на нарушението и след приемане на полученото от нарушителя възражение е издадено атакуваното наказателно постановление.

Така приетата от СРС фактическа обстановка, настоящият съд намира за правилна, като подкрепена от всички събрани по делото доказателства.

При тази фактическа обстановка, настоящият състав споделя констатациите на първоинстанционния съд, че при издаване на наказателното постановление не са допуснати нарушения на процесуалните правила, които да обуславят отмяната му.

По съществото на спора СРС правилно е установил, че „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД гр. София е осъществило състав на нарушение по чл. 55, ал. 1, вр. § 1, т. 19 от ЗЗ, поради което правилно е ангажирана и административно-наказателната му отговорност.

Наложената имуществена санкция е в законоустановения размер.

Издаването на акта за установяване на нарушението и на наказателното постановление е в рамките на преклузивните срокове по чл. 34 от ЗАНН.

22

При извършената проверка, настоящият състав счита, че не са налице основанията, предвидени в чл. 348 от НПК.

Решението е мотивирано и обосновано, съобразено е с материалния закон и е постановено при спазване на процесуалния ред по НПК, наложената санкция не е явно несправедлива.

След като се запозна с всички доказателства по делото, съдът счита за неоснователно твърдението му относно неправилното приложение на разпоредбата на чл. 55, ал. 1, вр. § 1, т. 19 от ЗЗ.

Съгласно § 1, т. 19 и т. 20 от ДР на ЗЗ, "пряка реклама" е "всяка форма на търговско послание, съобщение или препоръка, която цели популяризирането на алкохолните напитки и/или консумацията им, чрез използване на самите напитки или на действия, свързани с тяхното консумиране, производство и разпространение", а "непряка реклама" е "всяка форма на търговско послание, съобщение, препоръка или действие, която използва име или фабрична марка на алкохолна напитка, както и име или фабрична марка на производител на алкохолни напитки върху продукти и стоки, които не са алкохолни напитки".

При тълкуване на горните разпоредби, за да е налице непряка реклама, би следвало името и марката на алкохолната напитка да се поставят върху каквото и да е друг предмет /топка, покривка и т. н./, но различен от напитката, която повече от очевидно, би могла да се съдържа само в съд /чаша или бутилка/.

В настоящия случай обаче бутилката и марката на ракията се виждат отчетливо и са използвани с цел продуктово позициониране. Доколкото определението за позициониране на продукт на чл. 74, ал. 4 от ЗРТ ясно посочва, че става въпрос именно за форма на търговско съобщение, което представлява включване или споменаване на продукт, услуга или търговска марка в самото предаване срещу заплащане или друго подобно възнаграждение, съдът намира, че използването на този различен тип търговско съобщение е имал за цел популяризирането на алкохолната напитка, чрез използване на самата нея. Това изпълнява определението за пряка реклама и съответно представлява нарушение на забраната на чл. 55, ал. 1 от ЗЗ.

Тъй като в касационната жалба не са налице каквито и да е други твърдения, представляващи касационни основания за отмяна на първоинстанционното решение и с оглед предмета на касационната проверка, настоящият състав счита, че решението следва да бъде оставено в сила като законосъобразно, обосновано и правилно и постановено при спазване на съдопроизводствените правила.

По изложените съображения и на основание чл. 221, ал. 1 от АПК, във връзка с чл. 63, ал. 1, изр. 2 от ЗАНН, Административен съд София - град, VI касационен състав,

**РЕШИ:**

**ОСТАВЯ В СИЛА** Решение от 06.06.2014 г. по н.а.х.д. № 1638/2014 г., Софийски районен съд, НО, 121 състав.

Решението е окончателно и не подлежи на обжалване и протест.

**ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

**ЧЛЕНОВЕ:**



# РЕШЕНИЕ

гр. София, 06.06.2014 г.



## В ИМЕТО НА НАРОДА

РАЙОНЕН СЪД-СОФИЯ, НАКАЗАТЕЛНО ОТДЕЛЕНИЕ, 121-ви състав, в публично заседание на 12.05.2014 г. в състав:

Районен съдия: ПЕТЯ ТОПАЛОВА

при секретаря Галина Аврамова, като разгледа докладваното от съдия Топалова АНД №1638 по описа за 2014 г. на РС-София, за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 59 и следващите от ЗАНН.

С наказателно постановление №РД-10-1/09.01.2014 г. на председателя на Съвета за електронни медии, на „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД ГР.СОФИЯ, представлявано от Дидие [REDACTED] Щосел, е наложена имуществена санкция в размер на 5 000 лв. на основание чл.218 ал.7 от Закона за здравето за нарушение по чл.55 ал.1 Закона за здравето.

В с.з. процесуалният представител на жалбоподателя-ЮЛ – адв. [REDACTED] поддържа жалбата. Излага доводи, че продуктовото позициониране на спиртни напитки е допустимо от закона, тъй като същото не е пряка реклама. Прави аналог с показване на продукта „Сливенска перла“ през есента на 2012 г., когато не е представлявало нарушение на закона за разлика от показването в същото предаване, но през 2013 г. Моли съда да отмени изцяло като незаконосъобразно атакуваното наказателно постановление. Представя писмена защита.

Въззиваемата страна чрез процесуалния си представител - юриконсулт [REDACTED] моли съда да потвърди изцяло НП като правилно и законосъобразно, тъй като е налице нарушение, тъй като е налице пряка реклама на спиртни напитки. Представя писмена защита

Жалбата е процесуално ДОПУСТИМА, но разгледана по същество същата е НЕОСНОВАТЕЛНА, като мотивите са следните:

*По делото е установена следната фактическа обстановка:*

Административнонаказателното производство е образувано с АУАН №НД-01-126/20.11.2013 г. съставен от [REDACTED] на длъжност старши инспектор в Съвета за електронни медии срещу „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД ГР.СОФИЯ затова, че на 12.10.2013 г. по програма „Нова телевизия“ на доставчика, посочен по-горе, за времето от 19:56:35 до 21:00:51 часа е излъчен поредния епизод от предаването „VIP BROTHER 2013“.

41

В началото на предаването има наличен надпис: „В предаването има продуктово позициониране”, като след излъчване на обозначен рекламен блок и самопромоция има надпис: „В предаването има продуктово позициониране”. Следва картина от студиото на Къщата на „VIP BROTHER” и водещата Александра Сърчаджиева казва: „Здравейте отново, приятели. Това е „VIP BROTHER 2013”. Шоуто, в което няма скрито-покрито и всичко е на масата. Сега ще ви докажем именно, че каквото се случи на масата – остава на масата и че когато в Къщата е имало конфликт на обяд, конфликт ще има и в менюто за вечеря. Вижте какво докара поредният яростен пристъп на Ваня.”

След тези думи, от 20:52:28 часа до 20:52:31 часа, следва картина със следното съдържание: на цял екран се виждат три бутилки с етикет „Сливенска перла”, като същите са разположени върху бар-плот в средата на екрана. В долната лява част на екрана излиза логото на предаването, в което е записан 20:16 часа. Мъжки глас зад кадър казва: „двайсет часа и шестнайсет минути”.

Контролните органи на въззиваемата страна приели, че в случая дружеството-жалбоподател е осъществило нарушение по чл.55 ал.1 от Закона за здравето, тъй като използваното аудиовизуално съдържание е форма на търговско съобщение, целящо популяризиране на спиртна напитка /в едър план на самата нея/ чрез използване на самата напитка и представлява пряка реклама съгласно т.19 &1 на ДР на ЗЗ. Актосъставителят ██████████ съставила АУАН №НД-01-126/20.11.2013 г., връчен надлежно на дружеството-жалбоподател.

В срока по чл. 44 ал.1 от ЗАНН, срещу констатациите в АУАН било подадено и Възражение вх.№НД-02-19-00-734/25.11.2013 г. с доводи, че в ЗРТ липсва забрана за продуктово позициониране на алкохол, респ. няма как да се обсонове забрана на закон и съставяне на АУАН.

Наказващият орган възприел изцяло фактическата обстановка установена от контролните органи и издал атакуваното наказателно постановление №РД-10-1/09.01.2014 г., с което наложил на дружеството-жалбоподател имуществена санкция в размер на 5 000 лв.

*Въз основа на горната фактическа обстановка, съдът прави следните правни изводи:*

На първо място, следва да се обсъди въпросът за процесуално-правната законосъобразност на обжалваното наказателно постановление.

Съдът намира, че НП е издадено от компетентен по смисъла на закона орган, спазено е производството по издаване на наказателното постановление, както и предвидената в разпоредбата на чл. 57 ЗАНН форма. При съставянето на акта и издаването на наказателното постановление не са допуснати съществени процесуални нарушения, в каквато насока са оплакванията в жалбата.

В чл.55 ал.1 от Закона за здравето се съдържа императивна забрана за пряка реклама на спиртни напитки.

70

„ПРЯКАТА РЕКЛАМА”, съгласно разпоредбата на § 1 т. 19 от ДР на ЗЗ е “всяка форма на търговско послание, съобщение или препоръка, която цели популяризирането на алкохолните напитки и/или консумацията им, чрез използване на самите напитки или на действия, свързани с тяхното консумиране, производство и разпространение.”

В определението за пряка реклама в Закона за здравето, законодателят е включил всяка форма на търговско послание, съобщение или препоръка. Целта на пряката реклама е популяризирането, както на самите алкохолни напитки, така и на тяхната консумация. Тази цел се осъществява посредством използване /показване/, както на самите напитки /бутилки/, така и на действия, свързани с тяхното консумиране, производство и разпространение.

Съдът намира, че от събраните по делото доказателства: протокол №39/27.09.2012 г. на СЕМ, наказателно постановление №РД-10-1/09.01.2014 г., пълномощно от 06.06.2013 г., известие-обратна разписка от 14.01.2014 г., решение №РД-05-65/02.04.2013 г., АУАН №НД-01-126/20.11.2013 г., заповед №89/11.07.2012 г., възражение вх.№НД-02-19-00-734/25.11.2012 г., както и приетите 2 бр. DVD-R със записи, /изгледани в с.з. от 12.05.2014 г./, по несъмнен и категоричен начин се установи, че в случая е налице рекламирана напитка, представляваща ракия „Сливенска перла”, която се отнася към спиртните по смисъла на § 1 т. 18 от ДР на ЗЗ, тъй като съдържа над 15 обемни процента етилов алкохол, респ. спада към алкохолните напитки по смисъла на § 1 т. 17 от ДР на ЗЗ.

Представеното във „ВИП Брадър 2013” аудиовизуално съдържание /на цял екран се виждат три бутилки ракия „Сливенска перла”, разположени самостоятелно върху бар-плот в средата на екрана/, представлява форма на търговско съобщение с което се цели популяризиране на тази спиртна напитка **чрез използване на самата нея**, което безспорно е пряка реклама съгласно легалната дефиниция на § 1 т. 19 от ДР на ЗЗ и която законът забранява. Без значение е в случая, че през миналия сезон на същото предаване отново е била показана идентична пряка реклама на същия продукт, рекламиран от американската актриса Памела Андерсън и тогава дружеството-жалбоподател не е било санкционирано. Нарушението, предмет на настоящото дело по-скоро показва упоритост на доставчика на линейни медийни услуги да нарушава нормата на чл.55 ал.1 ЗЗ, отколкото да води на това основание до несъставомерност на деянието.

Правилно и законосъобразно е ангажирана административнонаказателната отговорност на дружеството за нарушение на чл.55 ал.1 ЗЗ, която забранява пряката реклама на спиртни напитки.

Възраженията на жалбоподателя, че в началото и края на предаването е бил наличен надпис „В предаването има продуктово позициониране” и не е налице нарушение, са неоснователни. Позиционирането на продукт в предавания по смисъла на чл.74 ал.4 ЗРТ, не следва да се поставя в по-благоприятен режим в сравнение с рекламата, която е по-директна и по-ясно различима за зрителя. В конкретния случай, дори не е налице позициониране

на продукт, тъй като това представлява: **включване, или споменаване на продукт, услуга или търговска марка в самото предаване срещу заплащане или друго възнаграждение.** Видно от кадъра на предаването, за цели 4 секунди, от 20:52:28 до 20:52:31 часа на цял екран, на бар-плот, **централно и самостоятелно** са показани три бутилки от продукта, представляващ ракия „Сливенска перла”. Т.е., не е налице нито включване, нито споменаване на този продукт, за да бъде причислен конкретния случай към продуктовото позициониране.

Съдът намира, че административнонаказващия орган правилно не е приел, че е налице маловажен случай на административно нарушение по чл.28 ЗАНН с оглед спецификата охраняваните отношения.

Нарушението е доказано и правилно квалифицирано. Не са налице каквито и да било нарушения на материалния и процесуалния закон в каквато насока са оплакванията в жалбата.

Размерът на определената имуществена санкция от 5 000 лв. е в съответствие с разпоредбата на чл.218 ал.7 от Закона за здравето, която предвижда фиксиран размер от 5000 лв. за първо нарушение по чл.55 ал.1 ЗЗ, поради което НП като правилно и законосъобразно следва да се потвърди изцяло.

Воден от горното и на основание чл.63 ал.1 от ЗАНН, съдът

**РЕШИ:**

**ПОТВЪРЖДАВА** наказателно постановление №РД-10-1/09.01.2014 г. на председателя на Съвета за електронни медии, с което на „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП” АД ГР.СОФИЯ, представлявано от Дидие [REDACTED] Щосел, е наложена имуществена санкция в размер на 5 000 лв. на основание чл.218 ал.7 от Закона за здравето за нарушение по чл.55 ал.1 Закона за здравето.


**РЕШЕНИЕТО** подлежи на касационно обжалване в 14-дневен срок от съобщаването му на страните пред Административен съд София-град.

РАЙОНЕН СЪДИЯ:

РЕШЕНИЕТО Е ВЛЯЗЛО В ЗАКОННА СИЛА НА *12.06.14*

РАЙОНЕН СЪДИЯ: *[Signature]*

СЕКРЕТАР: *[Signature]*



*207.11P.  
09.06.14  
4*