

3

РЕШЕНИЕ

№ 1907

гр. София, 22.03.2017г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, IX КАСАЦИОНЕН
СЪСТАВ**, в публично заседание на 24.02.2017 г. в следния състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ: Антоанета Аргирова
ЧЛЕНОВЕ: Миглена Николова
Диляна Николова

при участието на секретаря Паола Георгиева и при участието на прокурора Георги Тафров, като разгледа дело номер **10321** по описа за **2016** година докладвано от съдия Диляна Николова, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.208 и сл. от Административнопроцесуалния кодекс /АПК/ във връзка с чл.63, ал.1 от Закона за административните нарушения и наказания /ЗАНН/.

С Решение от 26.07.2016г. на Софийски районен съд, Наказателно отделение, 136-ти състав по НАХД № 14216/2015г. е потвърдено Наказателно постановление № РД-10-101/28.07.2015г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии /СЕМ/, с което на „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД на основание чл.126, ал.1 от Закона за радиото и телевизията /ЗРТ/ е наложена имуществена санкция в размер на 3 000 лева за нарушение на чл.89, ал.1 ЗРТ.

В срока и по реда на чл.211, ал.1 АПК, във вр. с чл.63, ал.1 ЗАНН, решението е обжалвано от санкционираното дружество като с доводи за неправилно приложение на закона и допуснати съществени процесуални нарушения – основания за касационно оспорване по чл.348, ал.1, т.1 и т.2 НПК, се претендира отмяната му и отмяната на потвърденото с него наказателно постановление. Развити са съображения, че неправилно съдът е кредитирал показанията на свидетеля във връзка с продължителността на излъчения рекламен спот като се твърди, че СЕМ има непослователен подход относно отчитането на изследвания период – дали е кръгъл астрономически час или съответен 60 минутен спот като налагал наказания и в двата случая. Освен това съдът не отчел аргументите, че филмът „Изход – Богове и царе“ попада в хипотезата на чл.89, ал.2 ЗРТ и в случая ал.1 не намира приложение, тъй като се касае за европейски филм. Съдът не се произнесъл по всички релевирани от жалбоподателя оплаквания, не изискал справка за данните /за излъчените реклами в изследвания период/ от системата на „НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП“ АД, нито от трети независим източник като вместо това изцяло кредитирал свидетелските показания. Намира, че не е налице нарушение, тъй като законодателят не е разписал изрично в разпоредбата на чл.89, ал.1 ЗРТ дали

едночасовия период следва да се брои от началото на астрономическия час, което не давало основание на актосъставителя сам да определя отрязъка от време, който да изследва. Оспорва извода на съда, че „рекламен спот“ и „реклама“ са синоними. Допълнителни съображения излага в писмени бележки, депозиранни преди съдебното заседание. В съдебно заседание, редовно призован, не се представлява.

Ответникът по касационното оспорване чрез юрк. в съдебно заседание, изразява становище за неоснователност на жалбата, а оспореното решение намира за правилно и законосъобразно, по съображения, изложени в писмени бележки.

Участващият по делото прокурор от Софийска градска прокуратура дава заключение за неоснователност на касационната жалба.

Административен съд София-град, IX-ти касационен състав, след като се запозна с обжалваното решение и обсъди, както наведените с касационната жалба основания, така и тези по чл.218, ал.2 АПК, намира следното:

Касационната жалба е допустима, като постъпила в законоустановения срок, подадена от лице – страна в производството и против акт, подлежащ на касационно оспорване.

Разгледана по същество касационната жалба е неоснователна по следните съображения:

За да постанови решението си въззивната инстанция е приела за установена следната фактическа обстановка:

На 15.12.2014 г. в интервала от 20:00 часа до 21:00 часа, по време на големия финал на предаването „Big Brother – All stars“ били излъчени два обозначени рекламни блока с общо времетраене 12 минути и 13 секунди, и две единични реклами с общо времетраене 11 секунди, а именно:

Първият рекламен блок, излъчен от 20:24:18 часа до 20:30:15 часа е с общо времетраене 5 минути и 57 секунди и включва: 1. Dolce&Gabana – the one; 2. Орехите - Весели празници от Майсторлъшки мезета!; 3. Vivasom - Празниците идват с Виваком, 4. TBI Банк - Бърз кредит!, 5. Technopolis - Лесно е да избереш подарък, 6. LACALUT-Професионална грижа за устната кухина!; 7. Vivasom - Празниците идват с Виваком; 8. Rotarix - Ваксината за ранна защита от Ротавирус; 9. Новият PEUGEOT 508 - Пътят е неговата територия!; 10. JUMBO - Играчките сме ние!; 11. Paco Rabanne - 1 MILLION аромат за мъже и LADY MILLION EAU MY GOLD новият дамски аромат; 12. Chio – Pop Corners - Хрупкав царевичен чипс!; 13. Vivasom - Празниците идват с Виваком!; 14. Panadol – OPTIZORB; 15. Новият Scholl – Velvet Smooth Express Pedi и 16. ИЗХОД -Богове и царе от 12 декември в кината“.

Вторият рекламен блок, излъчен от 20:51:29 часа до 20:57:48 часа /от него са извадени 3 секунди каш на „Нова Телевизия“/е с общо времетраене 6 минути и 16 секунди и включва: "IKEA - Там където се събужда магията на Коледа!, 2. ANTONIO BANDERAS - Новият аромат от Антонио Бандерас!, 3. JAGUAR-Виж цялата история на JAGUAR.BG!, 4.Хиполенд - И дядо Коледа разчита на нас!, 5. Eucerin – Volume Filler, 6.КФМ - Зимна приказка, написана с любов!, 7. Vivasom - Празниците идват с Виваком!; 8.Еврофутбол - Повече от игра!, 9. ARON - Мебели ARON!, 10. Maggi - Пилешки бульон!, 11. Credissimo - Пари навреме, 12. LACRIMA - Хубаво българско сирене от 1959!, 13. №5 - The one that I want, 14. Lidl и 15. IKEA - Домът означава много!“.

По време на предаването са разположени и два рекламни спота на филма ИЗХОД - Богове и царе, в кината от 12 декември /върху т. нар. плочка/ от

20:23:39 до 20:23:45 часа с продължителност от 6 секунди, и на SRAVNI.bg, Сравни цени, спести пари /върху т. нар. плочка/ от 20:51:05 до 20:51:10 часа, с продължителност от 5 секунди, позиционирани в долната част на екрана.

С излъчването на описаните търговски съобщения в програма „Нова Телевизия“ в часовия пояс от 20:00 до 21:00 часа, с общо времетраене от 12 минути и 24 секунди, доставчикът на медийни услуги „Нова Броудкастинг Груп“ АД нарушил забраната по чл.89, ал.1 ЗРТ, делът на рекламните слотове в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути. За така констатираното нарушение бил съставен акт за установяване на административно нарушение /АУАН/ и въз основа на него издадено обжалваното пред СРС наказателно постановление /НП/. По делото е прието и заключение на съдебно-техническа експертиза.

Въз основа на така установената фактическа обстановка от решаващия съд е мотивиран извод за законосъобразност на НП като издадено при отсъствие на допуснати процесуални нарушения и правилно приложение на материалноправните разпоредби. Съдът е приел, че няма неразбиране или необходимост от тълкуване и легално определяне на понятия, като реклама и рекламен спот, изхождайки от Директива № 200765 на ЕО, според която рекламен спот е телевизионна реклама с продължителност не повече от 12 минути. Всеки от рекламните блокове е такъв и затова дали са обозначени като реклами, рекламни блокове или спотове е без правно значение.

Решението е правилно.

Въз основа на пълно и вярно установената фактическа обстановка районният съд е направил правилни изводи за приложението на закона.

Съгласно чл.89, ал.1 ЗРТ, делът на рекламните слотове и спотовете за телевизионен пазар в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути. Няма спор по отношение на обстоятелството, че на 15.12.2014г. в посочените интервали от 20:24:18 часа до 20:30:15 часа и от 20:51:29 часа до 20:57:48 часа са излъчени два обозначени рекламни блока, както и че по време на предаването са разположени и два рекламни спота на филма ИЗХОД - Богове и царе, в кината от 12 декември /върху т. нар. плочка/ от 20:23:39 до 20:23:45 часа с продължителност от 6 секунди, и на SRAVNI.bg, Сравни цени, спести пари /върху т. нар. плочка/ от 20:51:05 до 20:51:10 часа, с продължителност от 5 секунди, позиционирани в долната част на екрана.

Спорният по делото въпрос дали едночасовият период представлява астрономически час или плаващ едночасов период, намира разрешение в Протокол за изменение и допълнение на Европейската конвенция за трансгранична телевизия /Ратифициран със закон, приет от 38-о Народно събрание на 12.01.2000г., обн. ДВ, бр.7 от 25.01.2000г./.. Видно от преамбюла на протокола, той е съобразен с приемането от Европейската общност на Директива 97/36/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 19 юни 1997 г. за изменение и допълнение на Директива на Съвета 89/552/ЕИО за съгласуване на някои закони, подзаконови или административни правила в държавите членки във връзка с извършването на телевизионно разпръскване, и има за цел да измени и допълни конвенцията, така че в този акт и в директивата да бъде осигурен единен подход към трансграничната телевизия. В чл.16 изрично е посочено, че чл.12 от Конвенцията придобива следната редакция: „2. Времетраенето на рекламните слотове и телепазарните слотове в един астрономически час не може да надхвърля 20 на сто.“. Като част от вътрешното право, по силата на чл.5, ал.4 от Конституцията на Република България, нормата обвързва задължените лица и не е необходим изричен акт

на СЕМ към доставчиците с указание за прилагането ѝ.

Анализът на посочените разпоредби обосновава извод, че едночасовият период представлява астрономически час - период от 60 последователни минути, които започват в минута 0 и завършват в минута 59, съгласно общоприетия начин за отчитане на единица време „час“, а допустимото време за реклама в рамките на този период е максимум 12 минути. Следователно излъчването на рекламен блок/блокове с продължителност над нормативноопределената, съставлява нарушение на разпоредбата на чл.89, ал.1 ЗРТ, за което правилно е ангажирана административнонаказателната отговорност на касатора.

Неоснователно намира съдът и оплакването на касатора, че въззивната инстанция не е съобразила разпоредбата на чл.89, ал.2 ЗРТ по отношение излъчения рекламен спот за филма ИЗХОД – Богове и царе, представляващ европейски филм. Съгласно посочената разпоредба във времетраенето на рекламния спот не се включва времето за рекламни съобщения, направени от оператора във връзка с неговите собствени програми, предавания и допълнителни продукти, свързани с тези предавания, промоция на европейски филми, както и за призиви за благотворителност и общественополezni каузи. В разпоредбата на § 1, т.7 ДР ЗРТ изчерпателно е посочени кои произведения са европейски и съответно попадат в изключението по чл.89, ал.2 ЗРТ. Според посочената легална дефиниция, определящо за преценката дали едно произведение е европейско или не, е неговият продуцент/продуценти. От приложеното с административнонаказателната преписка заявление за регистрация на филма № 1410116198/26.11.2014г. в Публичния регистър на Националния филмов център е видно, че филмът е регистриран с националност САЩ. Поради това преценката на съда, че рекламата на филма не следва да бъде изключвана от общото времетраене на рекламния блок е правилна. Освен това, рекламата, касаеща посочения филм е времетраене от 6 секунди. Дори да бъде извадена нейната продължителност от общо излъчените реклами, то продължителността им отново надхвърля 12 минути, така че дори да бъде възприето възражението на касатора за основателно, то не променя крайния извод за осъществено от дружеството нарушение по чл.89, ал.1 ЗРТ.

По изложените съображения и поради липсата на релевираните с жалбата касационни основания, и на други такива по чл.218, ал.2 от АПК, установени от касационната инстанция служебно, оспореното решение, като законосъобразно, следва да бъде оставено в сила.

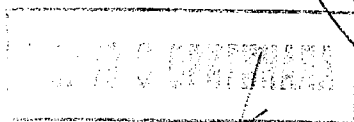
Водим от горното, Административен съд София-град, IX-ти касационен състав,

РЕШИ:

ОСТАВЯ В СИЛА Решение от 26.07.2016г. на Софийски районен съд, Наказателно отделение, 136-ти състав по ИАХД № 14216/2015г.

РЕШЕНИЕТО е окончателно и не подлежи на обжалване и протест.

ПРЕДСЕДАТЕЛ:



[Handwritten signature]

1. *[Handwritten signature]*

2. *[Handwritten signature]*

РЕШЕНИЕ

№ /26.07.2016 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

Софийски Районен Съд, Наказателно отделение, 136-ти състав, в открито заседание на четвърти април две хиляди и шестнадесета година, в състав:

РАЙОНЕН СЪДИЯ: ДАНИЕЛА СТОИЧКОВА

при участието на съдебен секретар Анна Стоянова, като разгледа докладваното от съдията НАХД № 14216/2015 г. и за да се произнесе, взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 59-63 ЗАНН

Образувано е по жалба на "Нова Броудкастинг груп" АД против Наказателно постановление № РД-10-101/28.07.2015 г., издадено от Председателя на СЕМ, с което, на основание чл. 126, ал. 1 вр. чл. 127, ал. 2 от Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), на дружеството е наложена имуществена санкция в размер на 3 000 лева за нарушение на чл. 89, ал. 1 Закона за радиото и телевизията.

Санкционираното юридическо лице в срока по чл. 59, ал. 2 ЗАНН е обжалвало Наказателното постановление. С жалбата се оспорват фактическите констатации в АУАН и НП. Твърди се, че не е извършено вмененото му нарушение, че НП не отговаря на изискванията на чл. 57 ЗАНН, че е незаконосъобразно, постановено в нарушение на материалния и процесуалния закон. Навеждат се доводи за неправилно изчисляване на процесното рекламно време. Прави се искане за отмяна на атакуваното наказателно постановление.

В съдебно заседание жалбоподателят редовно уведомен, се представлява от юрк. поддържа жалбата, по изложените в нея аргументи. Оспорва АУАН и атакуваното НП. Оспорва времетраенето на излъчените реклами. Поддържа съображенията си за маловажност на случая. Моли за отмяна на процесното НП.

Въззиваема страна – СЕМ, редовно уведомена, чрез процесуалния си представител юрк. оспорва жалбата, излага доводи за неоснователност на жалбата. Моли наказателното постановление да бъде потвърдено като законосъобразно. Оспорва доводите за маловажност на случая.

Съдът, като съобрази изложените от страните доводи и възражения и служебно провери законосъобразността и правилността на обжалваното наказателно постановление, с оглед изискванията на чл. 314 НПК вр. чл. 84 ЗАНН, намира за установено от фактическа страна

следното:

Жалбата е ДОПУСТИМА като подадена от надлежна страна в преклузивния срок. Разгледана по същество, същата е НЕОСНОВАТЕЛНА по следните съображения:

Административнонаказателната преписка е образувана по повод НП, с което на „Нова Броудкастинг груп“ АД е наложена имуществена санкция в размер на 3000 лв., за това, че при извършена проверка на 26.01.2015 г. след преглед на DVD, предоставен на СЕМ от Нова Броудкастинг Груп АД с писмо вх. № НД-02-19-00-27/23.01.2015 г., съдържащ запис на програма „Нова Телевизия“, излъчена на 15.12.2014 г., е констатирано, че:

На 15.12.2014 г. в интервала от 20:00 часа до 21:00 часа, по време на големия финал на предаването „Big Brother - All Stars“ са излъчени два обозначени рекламни блока с общо времетраене 12 минути и 13 секунди, и две единични реклами с общо времетраене 11 секунди, а именно:

Първият рекламен блок, излъчен от 20:24:18 часа до 20:30:15 часа е с общо времетраене 5 минути и 57 секунди и включва: 1. Dolce&Gabbana - the one!, 2. Орехите - Весели празници от Майсторлъшки мезета!, 3. Vivasom - Празниците идват с Виваком, 4. TBI Bank - Бърз кредит!, 5. Technopolis - Лесно е да избереш подарък, 6. LACALUT - Професионална грижа за устната кухина!, 7. Vivasom - Празниците идват с Виваком!, 8. Rotarix - Ваксината за ранна защита от Ротавирус, 9. Новият PEUGEOT 508 - Пътят е неговата територия!, 10. JUMBO - Играчките сме ние!, 11. Расо Rabanne - 1 MILLION аромат за мъже и LADY MILLION EAU MY GOLD новият дамски аромат, 12. Chio - Pop Comers- Хрупкав царевичен чипс!, 13. Vivasom - Празниците идват с Виваком!, 14. Panadol - OPTIZORB, 15. Новият Scholl - Velvet Smooth Express Pedi! и 16. ИЗХОД - Богове и царе от 12 декември в кината!”.

Вторият рекламен блок, излъчен от 20:51:29 часа до 20:57:48 часа /от него са извадени 3 секунди каш на „Нова Телевизия“/е с общо времетраене 6 минути и 16 секунди и включва: “LIKEA - Там където се събужда магията на Коледа!, 2. ANTONIO BANDERAS - Новият аромат от Антонио Бандерас!, 3. JAGUAR-Виж цялата история на JAGUAR.BG!, 4. Хиполенд - И дядо Коледа разчита на нас!, 5. Eucerin - Volume-FILLER, 6. КФМ - Зимна приказка, написана с любов!, 7. Vivasom - Празниците идват с Виваком, 8. Еврофутбол - Повече от игра!, 9. ARON - Мебели ARON!, 10. Maggi - Пилешки бульон!, 11. Credissimo - Пари навреме, 12. LACRIMA - Хубаво българско сирене от 1959!, 13. №5 - The one that I want, 14. Lidl и 15. ИКЕА - Домът означава много!”.

По време на предаването са разположени и два рекламни спота на филма ИЗХОД - Богове и царе, в кината от 12 декември (върху т. нар. плочка) от 20:23:39 до 20:23:45 часа с продължителност от 6 секунди, и на SRAVNI.bg, Сравни цени, спести пари (върху т. нар. плочка) от 20:51:05 до 20:51:10 часа, с продължителност от 5 секунди, позиционирани в долната част на екрана.

С излъчването на описаните търговски съобщения в програма ”Нова Телевизия” в часовия пояс от 20:00 до 21:00 часа, с общо времетраене от 12 минути и 24 секунди, доставчикът на медийни услуги

„Нова Броудкастинг Груп“ АД, нарушава забраната на ЗРТ, делът на рекламните слотове в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути, с което е нарушен чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

Нарушението е констатирано от свидетелката ст. инспектор в СЕМ, за което съставила на дружеството Акт за установяване на административно нарушение №НД-01-76/20.02.2015 год за нарушение по чл.89, ал.1 от Закона за радиото и телевизията. Актът е съставен по реда на чл.40, ал.2 ЗАНН, връчен срещу подпис на упълномощено от изпълнителния директор на жалбоподателя лице на 13.07.2015 год чрез СО.

Въз основа на този АУАН и при същата фактическа обстановка, като описаната в него, е издадено обжалваното Наказателно постановление № РД-10-101/28.07.2015 г., с което председателят на СЕМ, е наложил на дружеството на основание чл. 126, ал.1 вр. чл.127, ал.2 ЗРТ- имуществена санкция в размер на 3000 /три хиляди / лева за извършено нарушение по чл.89, ал.1 от ЗРТ.

Наказателното постановление е връчено на 05.08.2015 год и е обжалвано с жалба от 12.08.2015 год.

Приобщена по делото е административнонаказателната преписка по издаване на обжалваното НП, ведно със запис на програмата на доставчика на медийни услуги за 15.12.2014 г.

Приобщени са представени от жалбоподателят писмени доказателства.

Разпитана по делото е свидетелката – актосъставител , констатирала нарушението след преглед на запис от програма на Нова телевизия, излъчена на 15.12.2014 г. Установено е, че на 15.12.2014 год в едночасовият интервал от 20,00ч.-21,00 ч. са излъчени два обозначени рекламни блока с общо времетраене 12 минути и 13 секунди и две единични реклами с общо времетраене 11 сек., като първият рекламен блок е с общо времетраене 5 мин 57 сек, а вторият- 6 мин и 16 сек.Между отделните реклами няма паузи. По този начин е надвишено регламентираното общо рекламно време за един час от 12 минути съгласно разпоредбата на чл. 89, ал.1 от ЗРТ. Засичането е извършено чрез таймер и чрез плейър

Тази фактическа обстановка съдът извежда след анализ на събраните по делото писмени и гласни доказателства.и доказателствени средства: показанията на свидетеля АУАН, заповеди за компетентност; писмо от СО район „Искър” Писмо с искане за предоставяне на записи на програма "Нова телевизия" от доставчика на медийни услуги „Нова Броудкастинг Груп" АД с изх. на СЕМ № НД-02-19-00-27/ 19.01.2015 г.;1 бр. DVD-R, предоставен на СЕМ от „Нова Броудкастинг Груп" АД с писмо вх. № НД-02-19-00-27/ 23.01.2015 г., съдържащ запис на програма "Нова телевизия» от 15.12.2014 г.; Покана за съставяне на акт за установяване на административно нарушение до „Нова Броудкастинг Груп" АД с изх. № НД-02-19-00-27/ 05.02.2015 г. и обратна

разписка за нейното получаване, Съдебно-техническа експертиза, които съдят кредитира, тъй като доказателствената съвкупност е еднопосочна и подробен доказателствен анализ се явява ненужен. Закрепената в АУАН и НП фактическа обстановка се подкрепя от показанията на актосъставителя, СТЕ и приобщените по реда на чл.283 НПК писмени доказателства

Реално дружеството-жалбоподател оспорва начина на изчисление на продължителността на излъчените търговски съобщения като поддържа оплакването за неправилност на изчисленията на контролния орган, касателно общата и индивидуалната продължителност на излъчените търговски съобщения в ефира на "Нова телевизия", за периода от 20:00 часа до 21:00 часа на 15.12.2014 г.

Въз основа на гореустановената фактическа обстановка настоящият състав прави следните правни изводи:

Производството е започнало със съставяне на АУАН НД-01-76/20.02.2015 г., протекло е при спазване на процесуалните правила. Актът е съставен от компетентно лице и в предвидения в закона давностен срок. Същият съдържа изискуемите от чл. 42 от ЗАНН реквизита. АУАН е съставен при условията на чл. 40, ал. 2 от ЗАНН. След отправена покана представител на дружеството не се е явил и актът е съставен в негово отсъствие. Изпратен е на кмета на район „Искър“ - Столична община за предявяване и подписване., като акта е връчен на упълномощено от жалбоподателя лице едва на 13.07.2015 год.

На база така съставения АУАН е издадено процесното наказателно постановление, което се явява издадено от местно и материално компетентен орган. Актът за установяване на административно нарушение и Наказателното постановление са издадени при спазване на сроковете по чл. 34 от ЗАНН и при съблюдаване на изискванията на чл. 42, респ. чл. 57 от ЗАНН. Налице е съответствие между словесното и цифровото описание на нарушението. В Акта и в НП са посочени всички елементи от фактическия състав на нарушението, формулирано е ясно и не ограничава правото на защита на санкционираното лице.

Съдът констатира, че в хода на административнонаказателното производство не са допуснати съществени процесуални нарушения, обосноваващи отмяна на обжалваното НП.

Констатациите в акта и НП се установяват от показанията на разпитания по делото свидетел както и от заключението на назначената в хода на въззивното производство Съдебно-техническа експертиза., обективизирана в Протокол за извършена експертиза №16/ИДИ - 28 от 29.01.2016 год. Съгласно заключението на СТЕ оптичния носител – обект на експертизата, съдържа 1 бр. видео файл с име 15.12.2014 и за времето от 20,00 ч до 21,00 часа е установено :излъчен рекламен блок с общо времетраене 5 минути и 57 секунди и рекламен блок с общо времетраене 6 минути и 16 секунди с извадени 3 сек каш на Нова

телевизия. По време на предаването се наблюдавани два рекламни спота на филма „ИЗХОД –Богове и царе” с продължителност 6 секунди и на „Сравни цени, спести пари” с продължителност от 5 секунди. Съдът кредитира показанията на свидетеля Василева и СТЕ, като единни и незаинтересовани. Показанията на свидетеля се подкрепят от доказателствата към административнонаказателната преписка, ведно с DVD -R. диск от запис на програмата на 15.12.2014 г.

Правилно е засечено времето на всеки от рекламните блокове и рекламното съобщение. На записът ясно се вижда вкопиран таймер, който отбелязва дата, час, минути и секунди. Таймерът отговаря на реално отброяване на час, минута и секунда и няма твърдения и доказателства, според които да се приеме, че не е верен. Така по предоставен таймер от записа върху DVD -R. диск е извършено и засичането, като общото рекламно време е аритметичен сбор, правилно изчислен като сума на времетраенето на двата рекламни блока и рекламното съобщение.

Съдът не счита, че има неразбиране или необходимост от тълкуване и легално определяне на понятия, като реклама и рекламен спот, изхождайки от Директива № 200765 на ЕО, според която рекламен спот е телевизионна реклама с продължителност не повече от 12 минути. Всеки от рекламните блокове е такъв и затова дали са обозначени като реклами, рекламни блокове или спотове е без правно значение.

Основният въпрос, по делото е как се определя едночасовият период, в който според чл. 89, ал.1 от ЗРТ рекламите не могат да надвишават общо време от 12 минути. Действително законовият текст от ал.1 и ал.2 не дава отговор на въпроса, а лаконично сочи, че делът на рекламните спотове и спотовете за телевизионен пазар в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути, в които не се включват съобщения, направени от оператора във връзка с неговите собствени програми, предавания и допълнителни продукти, свързани с тези предавания, промоция на европейски филми, както и за призови за благотворителност и общественополезни каузи. В ДР към ЗРТ също няма легално определение на дефинираният в чл. 89, ал.1 "даден едночасов период"

Съгласно разпоредбата на чл. 89 ал. 1 от ЗРТ, делът на рекламните спотове и спотовете за телевизионен пазар **в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути.** Според нормата на чл. 74 от ЗРТ, реклама е форма на търговско съобщение, придружаващо или включено в аудио-визуално или радиопредаване срещу заплащане или подобно възнаграждение или с цел осигуряване на самопромоция на публично или частно предприятие или физическо лице във връзка с търговия, стопанска дейност, занаят или професия, имащо за цел да се популяризира доставянето на стоки и услуги, включително недвижима собственост, или на права и задължения, или да съдейства за популяризирането на кауза или идея, или да предизвика друг ефект, желан от рекламирацията срещу заплащане. Разпоредбите на чл. 85, ал. 1 и ал. 2 от

ЗРТ въвеждат задължение, рекламата и телевизионният пазар да са ясно разпознаваеми и да се различават от редакционното съдържание. Същите трябва да са ясно отделени от другите части на предаването чрез визуални и/или звукови, и/или пространствени средства, без с това да се ограничава използването на нови рекламни техники. Макар законът да не дава определение на термина „рекламен спот“, то безсъмнено посоченото понятие включва *излъчване на реклама с определена продължителност, ясно отделена от другите части на предаването чрез визуални и/или звукови, и/или пространствени средства*. В конкретния случай, посочените в АУАН и НП -2 рекламни блока и 2 рекламни спота, притежават характеристиките на реклама по смисъла на чл. 74 от ЗРТ. Дружеството е санкционирано затова, че в качеството си на доставчик на медийни услуги е нарушило забраната на ЗРТ - делът на рекламните спотове в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути, като е излъчило два рекламни блока и два рекламни спота в програма „Нова телевизия“ в часовия пояс от 20:00 ч. до 21:00 ч. на дата 15.12.2014 г., с общо времетраене от 12 минути и 24 секунди.

Съгласно Европейската конвенция за трансгранична телевизия, ратифицирана със закон, обн. ДВ бр.117/10.11.1997 г. в сила от 01.07.1999 г., времетраенето на рекламните спотове и телепазарните спотове в **един астрономически час** не може да надхвърля 20 на сто. Като част от вътрешното право по силата на чл.5 ал.4 от Конституцията, тази норма обвързва задължените лица и не е необходим изричен акт на СЕМ /указания/, както се правят възражения от страна на жалбоподателя. Разпоредбата на чл. 89, ал. 1 ЗРТ съответства на чл. 12, т. 2 Европейската конвенция за трансгранична телевизия, както и Директива 89/552/ЕИО на Съвета, изменена с Директива 2010/13/ЕС на ЕП. Използваната законодателна техника, кореспондираща и с разпоредбите на Конвенцията и Директивата не оставят поле за съмнение, че принципната забрана за надвишаване на 20% граница на рекламните съобщения касае всеки един произволен едночасов период, от ефирното време на медията. В допълнение, действително в ДР на ЗРТ липсва легална дефиниция на понятието "рекламен спот". Независимо от това, доколкото същото понятие е използвано и от българския законодател, и в горесцитираните международни актове, употребата му от административнонаказващия орган не търпи критика, каквито съображения се излагат от процесуалния представител на жалбоподателя, в хода по същество. В този смисъл, не са налице и несъответствия между действията на административнонаказващия орган и нормативните актове, уреждащи предоставянето на медийни услуги в каквато насока са възражения на жалбоподателя. Конкретният случай не попада в изключенията по чл.89 ал.2 ЗРТ и правилно и законосъобразно е ангажирана административнонаказвателната отговорност на дружеството в качеството му на търговски доставчик.

Предвид на горното категорично се установи, че жалбоподателят е извършил нарушението, за което е наказан.

Правилно наказващият орган е наложил на дружеството имуществена санкция по чл. 126, ал.1 от ЗРТ в минимален размер от 3000 лв., при спазване на принципите на чл. 27, ал.2 от ЗАНН.

Само за пълнота на изложението, съдът ще посочи че представените от жалбоподателят писмени доказателства, като издадени НП и АУАН по аналогични казуси на дружеството не са относими по настоящем, защото не могат да обвържат както СЕМ., така и решаващият състав на СРС с изводите им. Що се касае до това, че случаят според жалбоподателят е маловажен, видно от представените доказателства вече е прилагана разпоредбата на чл. 28 от ЗАНН, което означава, че има повтаряемост в нарушението и след като дружеството е получило предупреждение, че при следващо нарушение, ще бъде наказано.

По изложените съображения, съдът намира, че жалбата е неоснователна и следва да бъде оставена без уважение, а атакуваното с нея Наказателно постановление - като правилно, законосъобразно и при справедлив размер на наложеното наказание - следва да бъде потвърдено.

Така мотивиран и на основание чл. 63, ал.1 от ЗАНН, съдът

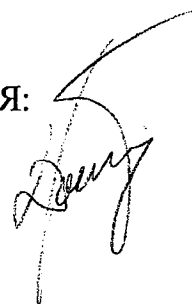
РЕШИ:

ПОТВЪРЖДАВА наказателно постановление №РД-10-101/28.07.2015 г. на Председателя на Съвета за електронни медии, с което на основание чл. 126, ал. 1 вр. чл.127, ал.2 от Закона за радиото и телевизията /ЗРТ/ на "НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП." АД с ЕИК 832093629 е наложена имуществена санкция, в размер на 3 000 лева, за нарушение на чл. 89, ал. 1 ЗРТ.

РЕШЕНИЕТО може да се обжалва с касационна жалба, по реда на АПК, чрез Софийски. районен съд пред Административен съд - София-град, в 14-дневен срок от получаване на съобщението, че е изготвено.

20
12.08.16

РАЙОНЕН СЪДИЯ:



РАЙОНЕН СЪД
СОФИЯ-ГРАД

РЕШЕНИЕТО Е ВЛЯЗЛО В ЗАКОННА СИЛА НА 22.08.16
РАЙОНЕН СЪДИЯ:
СЕКРЕТАР:

122