

НАКАЗАТЕЛНО ПОСТАНОВЛЕНИЕ

№ РД-10-35/ 04.09.2018 г.

Днес, 04.09.2018 г., подписаната **София Владимирова ...**, председател на Съвета за електронни медии, разгледах и проверих преписка по **Акт за установяване на административно нарушение № НД-01-41/ 21.08.2018 г.**, съставен от ..., на длъжност главен инспектор в Съвета за електронни медии, при свидетели на установяване на нарушението ... и ..., срещу **БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ, БУЛСТАТ: 000672350**, седалище и адрес на управление: гр. София 1504, ул. „Сан Стефано” № 29, представлявана от Константин ... Каменаров – генерален директор, ЕГН ..., за следното:

На 11.06.2018 г., в административната сграда на СЕМ - гр. София, бул. „Шипченски проход” № 69, ет. 6, при преглед на записи от Интегрираната система за мониторинг (ИСМ) на телевизионна програма БНТ1, идентифицирана с таймер-сигнал и лого в горен ляв ъгъл на екрана, която се създава и предоставя за разпространение от националния обществен доставчик на медийни услуги БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ, е установено следното:

На 08.06.2018 г. от 20:43:38 ч. по програма БНТ1 е разпространен рекламен блок, който включва и реклама на спиртна напитка - ракия „Карнобатска гроздова”. Рекламният блок е обозначен със заставка с надпис „реклама”, като по този начин е отделено търговското слово от редакционното съдържание и зрителите са информирани за излъчването на търговски съобщения. Той включва следните рекламни спотове: за фирма за птиче месо „Градус”; за продажбата на билети за волейболните срещи във Варна от Volleyball Nations League; за предаването по БНТ HD „Рейсинг”, последвано от надпис „предаването се излъчва с подкрепата на Prista oil – смазващо предимство” (анимирано лого); за предаването „Формула Е”, последвано от надпис „с любезното съдействие на: Renault passion for life” (анимирано лого); за срещите от Световното първенство по футбол по БНТ; анимиран надпис върху бял фон „тази програма достига до Вас със съдействието на”; за ракия Карнобатска гроздова.

Аудио-визуалното съдържание на излъчвания в 20:46:23 ч. спот е следното:

Текст	Видео
Мъжки глас зад кадър: „Карнобатска гроздова. Направена с майсторлък. За домашен уют.”	Върху част от дървена бъчва, се слага печат с топлинна технология – вижда се пара, надпис „Винпром Карнобат” с лого на производителя.
Чува се народна музика.	Кадри от лозе с узряло грозде. Излиза етикет на гроздовата ракия, в който има надписи: „Ракия Карнобатска гроздова”, „Балансирана ракия с богат вкус и фин гроздов аромат”, „от подбрани сортове”, „произведена от собствени лозя”.
	В ляво надпис „направена с майсторлък за домашен уют”.

Описаното съобщение представлява непряка реклама по смисъла на § 1, т. 20 от ДР на Закона за здравето. Текстът предвижда, че "непряка реклама" е всяка форма на търговско послание, съобщение, препоръка или действие, която използва наименование или марка на алкохолна напитка, както и фирма или марка на производител на алкохолни напитки върху продукти и стоки, които не са алкохолни напитки.

В случая е налице представяне, освен на фирмата на производителя „Винпром Карнобат“, но и на наименованието и марката на алкохолната напитка Карнобатска гроздова ракия. Върху етикета, който е компютърно генериран, се виждат и надписите: „Балансирана ракия с богат вкус и фин гроздов аромат“, под него „от подбрани сортове“, в кръглия печат „произведена от собствени лозя“.

Съгласно § 17 и 18 от ДР на Закона за здравето, „алкохолни напитки“ са спиртните напитки, виното и бирата, а „спиртни напитки“ са течности, предназначени за консумация, които съдържат най-малко 15 обемни процента алкохол. Съгласно чл. 123, ал. 4 от Закона за виното и спиртните напитки, напитката „гроздова ракия“ е винена дестилатна спиртна напитка с минимално алкохолно съдържание 40 обемни процента.

Рекламираната напитка ракия „Карнобатска гроздова“ представлява спиртна напитка по смисъла на § 1, т. 18 от ДР на Закона за здравето, тъй като съдържа над 15 обемни процента етилов алкохол.

Излъченият непосредствено преди рекламния спот надпис: „тази програма достига до Вас със съдействието на“ не променя характера на съобщението в спонсорско такова. Законът за радиото и телевизията предвижда спонсорът да се обозначава само в началото, по време на и/или в края на предаванията.

Включването на съобщението в обозначен рекламен блок, както и неговото съдържание недвусмислено определят характера му на рекламно.

Съгласно чл. 55, ал. 3 от Закона за здравето, непряката реклама на спиртни напитки не може да се излъчва в радио- и телевизионни предавания преди 22:00 часа.

С разпространението на описаната по-горе реклама на спиртна напитка ракия „Карнобатска гроздова“ в 20:46:23 ч. в програма БНТ1 на 08.06.2018 г., доставчикът на медийни услуги БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ не се е съобразил със забраната да се излъчва непряка реклама на спиртна напитка преди 22:00 ч.,

с което е нарушил чл. 55, ал. 3 от Закона за здравето.

Към акта са приложени следните писмени документи и материали: 1 бр. CD-R със запис на част от програма БНТ1 на БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ, излъчена на 08.06.2018 г.; Покана до БНТ за съставяне на акт за установяване на административно нарушение изх. № НД-02-18-00-21/ 16.08.2018 г.; Пълномощно рег. № 2109/ 12.03.2018 г. на нотариус Богдана Бъчварова.

Постъпило е писмено възражение с вх. № НД-02-18-00-21/ 24.08.2018 г. от генералния директор на БНТ, в което се отрича извършването на нарушение. Изложени са следните доводи срещу АУАН: излъченото търговско съобщение не е рекламен клип, а представлява спонсорска заставка. То показва наименованието на юридическото лице, което има принос към финансирането на медийна услуга – излъчването на мачовете от Световното първенство по футбол 2018 г. и неговата търговска марка „Карнобатска гроздова“, онагледена чрез своя търговски етикет. Както е отбелязано и в акта, същото е непосредствено предхождано от анонса „тази програма достига до Вас със съдействието на“. Съдържащите се в търговското съобщение позитивни квалификации на качествата на спиртната напитка, констатирани в

акта, имат характер на слоган, присъстващ по принцип във всички форми и начини за представяне на продукта от страна на клиента, а не представляват т.нар. „рекламен апел”. Съпровождащият дикторски текст представлява официално регистриран от Патентно ведомство словесен израз (слоган, мото) на търговската марка и представлява част от нея. Оспорва се и тълкуването, че тъй като конкретната спонсорска заставка е включена в рекламен блок, то тя автоматично се превръща в реклама. Директивата за аудиовизуалните медийни услуги определя дейностите по самореклама като „особена форма” на реклама, в която телевизионният оператор представя собствените си продукти, услуги, предавания или канали. В частност кадри, състоящи се от откъси от предавания, следва да се третира като предавания, т.е. европейският законодател третира дори частите от телевизионни предавания, предназначени за самопромоция, като предавания. Направена е и връзка с разпоредбата на чл. 89, ал. 2 от ЗРТ и релевантните европейски норми, според които самопромоциите не се включват в изчислението на допустимото време за реклама за едночасов период. Спонсорското обозначение обаче има характер на търговско съобщение, което няма самостоятелно съществуване в рамките на програмата, а единствено прикрепено към предаването или към частите от него, които служат за неговата промоция. Времетраенето на такова спонсорско обозначение, именно поради своя характер на търговско съобщение, представлява част от максималната продължителност на ежедневното или почасово програмно време, отделяно за реклама и телевизионен пазар. Поради тази причина спонсорираните автоанонси се включват в рекламен блок, каквато е трайно установената телевизионна практика. Сочи се, че в същия рекламен блок има и други самопромоционални клипове, съдържащи спонсорски обозначения, но те не са третирани като рекламни клипове от актосъставителя. Алтернативно се моли случаят да бъде приет за маловажен.

След като на основание чл. 52, ал. 4 от ЗАНН проверих АУАН № НД-01-41/ 21.08.2018 г. с оглед неговата законосъобразност и обосновааност, и прецених събраните доказателства и направените възражения намирам, че административнонаказателното производство е протекло при спазване на процесуалните правила. Актът е съставен от компетентно лице в предвидения от закона давностен срок и съдържа изискуемите от чл. 42 от ЗАНН реквизити. Неизпълнението на задължението е описано достатъчно ясно, така че да не възниква съмнение относно неговото съдържание. Всички елементи от състава му са изброени във фактическото описание.

АУАН е законосъобразен и от материалноправна страна. Неоснователни са доводите, че съобщението отговаря на изискванията за разполагане на спонсорско съобщение. Съгласно нормата на чл. 82, ал. 1, т. 4 от ЗРТ, спонсорираните медийни услуги или предавания трябва ясно да се разпознават като такива по името, логото и/или друг знак на спонсора, като споменаване на неговите продукти или услуги или на техен отличителен знак по подходящ начин в началото, по време и/или в края на предаванията. В конкретния случай не са излъчени кадри – откъси от конкретно предаване, за да се третира и самопромоцията като предаване, а се промотира излъчването в програмите на БНТ на срещите от Световното първенство по футбол. Не е вярно и твърдението, че времетраенето на спонсорските съобщения по принцип влиза в общото времетраене на рекламните спотове, когато става въпрос за приложението на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ (за БНТ – чл. 90 от ЗРТ). Напротив – тъй като те не влизат в това времетраене, Съдът на ЕС се произнесе по преюдициално запитване по тълкуването на чл. 19, параграф 1 и чл. 23, параграфи 1 и 2 от ДАВМУ, като постанови, че знаци за спонсорство, излъчвани в предавания, различни от спонсорираното, трябва да се отчитат в установения максимум на времето за реклама на час (Решение от 17.02.2016 г. по дело С-314/14). Невярно е и посоченото във възражението, че останалите самопромоционални съобщения в описания рекламен блок, които също съдържат спонсорски обозначения, не са отчетени от актосъставителя. От описанието на нарушението е видно, че актосъставителят абсолютно коректно е описал всяко едно търговско съобщение в блока, включително и тези, които са обозначени с надписи „с подкрепата на...”, „с любезното

съдействието на...”, „със съдействието на...”. Разликата между конкретното съобщение и останалите е в това, че те не рекламират стоки или услуги, за чиято реклама има забрана или по-специални законови изисквания, както е по отношение на спиртните напитки. Поради тази причина те не представляват нарушение на ЗРТ или друг нормативен акт, за да бъдат санкционирани.

Предвид горното и на основание чл. 218, ал. 7 от Закона за здравето във връзка с чл. 127, ал. 2 от Закона за радиото и телевизията

ПОСТАНОВЯВАМ:

НАЛАГАМ на **БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ**, БУЛСТАТ: 000672350, седалище и адрес на управление: гр. София 1504, ул. „Сан Стефано” № 29, представлявана от Константин ... Каменаров – генерален директор, **имуществена санкция в размер на 5000 (пет хиляди) лева за нарушение на 55, ал. 3 от Закона за здравето.**

Настоящото постановление подлежи на обжалване чрез Съвета за електронни медии пред Софийски районен съд в 7-дневен срок от деня на връчването му на нарушителя.

Сумите се внасят по сметка на Съвета за електронни медии:
IBAN: **BG49 BNBG 9661 3000 1788 01**, BIC: **BNBGBGSD**
БАНКА: **Б Н Б**

**ПРЕДСЕДАТЕЛ НА С Е М
СОФИЯ ВЛАДИМИРОВА**

Определям срок за доброволно изпълнение – 7 дни от влизане в сила на наказателното постановление.

В случай на неизпълнение преписката ще бъде изпратена на НАП/ ЧСИ за предприемане на действия за принудително събиране по реда на ДОПК.

**ПРЕДСЕДАТЕЛ НА С Е М
СОФИЯ ВЛАДИМИРОВА**