

Р Е Ш Е Н И Е

Гр. София, 10.11.2015 г.

В И М Е Т О Н А Н А Р О Д А



СОФИЙСКИЯТ РАЙОНЕН СЪД, НО, 99 състав, в публично съдебно заседание на двадесет и втори ноември през две хиляди и петнадесета година в състав:

РАЙОНЕН СЪДИЯ: ДОРОТЕЯ КЕХАЙОВА

при участието на секретаря Зорница Апостолович, като разгледа докладваното от съдията **НАХД № 6862/2015 г.**, за да се произнесе, взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 59 – чл. 63 ЗАНН.

Образувано е по жалба на „БТВ МЕДИА ГРУП“ ЕАД, срещу Наказателно постановление (НП) № РД-10-49/07.04.2015 г. на председателя на Съвета за електронни медии, с което на основание чл. 126, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията (ЗРТ) на доставчика на медийни услуги е наложено административно наказание "имуществена санкция" в размер на 3000,00 лева за нарушение на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

НП е обжалвано от доставчика на медийни услуги в срока по чл. 59, ал. 2 от ЗАНН. В жалбата се твърди, че не е налице нарушение, тъй като не става ясно по какъв именно начин АНО е преценил, че едночасовият период следва да се брой от началото до края на един кръгъл астрономически час. Алтернативно се иска приложение на разпоредбата на чл. 28 от ЗАНН. В съдебното заседание санкционираното дружество чрез пълномощника си юрисконсулт поддържа изложените в жалбата до съда съображения.

Административнонаказващият орган чрез пълномощника си юрисконсулт моли НП да бъде потвърдено като правилно и законосъобразно.

Съдът, като взе предвид доводите на страните и събраните доказателства по делото, преценени поотделно и в тяхната съвкупност, съобразно с вътрешното си убеждение, намира за установено следното:

На 26.11.2014 г. в интервала от 11:00 ч. до 12:00 ч., по време на предаването „Преди обед“, на програма „Б ТВ“, били излъчени три обозначени рекламни блока с общо времетраене 13 минути и 19 секунди.

Първият рекламен блок бил излъчен от 11:01:01 ч. до 11:05:30 ч. и бил с общо времетраене 4 минути и 29 секунди и следното съдържание:

„Отривин - № 1 спрей за нос в света; MasterCard pay/pass - плащай безконтактно; Своге - вкусът на малките удоволствия; Nivea Q10+ крем против бръчки; Burger King - вкусът царува с Burger King; Парацетамакс - доказан при настинка, парацетамакс Kids; Където и да си с Caprice; Парочистачка Shark Pochet Mop”.

Вторият рекламен блок бил излъчен от 11:20:54 ч. до 11:25:02 ч. и бил с общо времетраене 4 минути и 08 секунди и следното съдържание: „Dr. Oetker - звездите в кухнята (рекламата е разположена в началото на рекламния блок върху разделителния каш „реклама”); Espresso от Nescafe на Dolce-Gusto; Mtel - ти водиш; Мукосолван (сироп и капсули за кашлица); b%ack Friday - emag.bg - денят с най-много и най-големи намаления; Suchard. - любимите бонбони Suchard. Подслади своя празник със Suchard; Aiko - огромен избор, сензационни цени; Kit Kat - дай си почивка, вземи Kit Kat; Празниците идват с Vivacom; Lidl - заслужава си; „Dr. Oetker - звездите в кухнята” (рекламата е разположена в края на рекламния блок върху разделителния каш „реклама”).

Третият рекламен блок бил излъчен от 11:54:37 ч. до 11:59:19 ч. и бил с общо времетраене 4 минути и 42 секунди и следното съдържание: „Виногин за памет, сърце и кръвооросяване от Vitagold; Mtel - ти водиш; Потребителски кредит за обединение на задължения от Пощенска банка (Postbank); Ксилорин - пълно отпушване на носа; Cif - винаги красив край бързо!; Agrion (агрион) - земя в добри ръце; b%ack Friday - emag.bg - денят с най-много и най-големи намаления; Таблетки Хексоралетен Н - лекува възпаленото гърло още при първите симптоми; Обединен кредит от ОББ; Carrefour - удоволствието да пазаруваш по-евтино; Urinal Akut - грижа за здравето на уринарния тракт; Vivus - пари за модерния човек”.

На 28.01.2015 г. _____ - старши инспектор в Съвета за електронни медии извършила преглед на DVD, предоставен на Съвета за електронни медии от „БТВ Медиа Груп” ЕАД с придружително писмо вх. № НД-02-19-00-24 от 23.01.2015 г., съдържащ запис на програма „Б ТВ”, излъчена на 26.11.2014г., в интервала от 11:00 ч. до 12:00 ч., по време на предаването „Преди обед”.

На 12.02.2015г. свидетелката _____ - старши експерт в СЕМ, определена със заповед № 116/20.09.2012 г. на председателя на СЕМ да съставя АУАН за извършени нарушения от доставчици на медийни услуги и предприятия, осъществяващи дейност на територията на Република България, прегледала записа и констатирала неговото съдържание. Св. _____ приела, че е налице нарушение на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ, за което същата съставила АУАН № НД-01-59/12.02.2015 г. Препис от АУАН бил връчен на пълномощник на жалбоподателя на 09.03.2015г.

Въз основа на АУАН, е издадено Наказателно постановление (НП) № № РД-10-49/07.04.2015 г. на председателя на Съвета за електронни медии, с което на основание чл. 126, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията (ЗРТ) на

доставчикът на медийни услуги „БТВ МЕДИА ГРУП“ ЕАД е наложено административно наказание "имуществена санкция" в размер на 3000,00 лева за нарушение на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

Изложената фактическа обстановка съдът прие за установена въз основа на събраните по делото доказателства и доказателствени средства: показанията на св. _____ както и писмените доказателства, приобщени към доказателствения материал по делото по реда на чл. 283 от НПК.

Съдът приема, че горепосочените доказателства са вътрешно и взаимно безпротиворечиви и допълващи се, поради което ги кредитира изцяло. Въз основа на тях се установяват еднопосочно фактите, включени в предмета на доказване (чл. 102 от НПК, вр. чл. 84 от ЗАНН), така както са приети от административнонаказващия орган и от съда в хода на проведеното съдебно следствие. С оглед на това подробното им обсъждане е ненужно - арг. от чл. 305, ал. 3 от НПК, която норма следва да намери приложение и към съдържанието на мотивите към постановеното по реда на ЗАНН съдебно решение, предвид липсата на изрична норма в тази насока в ЗАНН.

Въз основа на така установената фактическа обстановка, съдът намира **от правна страна следното:**

Жалбата е процесуално допустима, тъй като е подадена от надлежно легитимирана страна - санкционираното юридическо лице, в преклузивния 7-дневен срок по чл. 59, ал. 2 от ЗАНН.

При разглеждане на дела по оспорени НП районният съд е винаги инстанция по същество - чл. 63, ал. 1 от ЗАНН. Това означава, че следва да провери законността, т.е. дали правилно са приложени процесуалният и материалният закони, независимо от основанията, посочени от жалбоподателя - арг. от чл. 314, ал. 1 от НПК, вр. чл. 84 от ЗАНН. В изпълнение на това си правомощие (право и задължение) съдът констатира, че АУАН и НП са издадени от компетентни органи - чл. 127, ал. 1 и 2 от ЗРТ, в предвидената от закона писмена форма и съдържание - чл. 42 и чл. 57 от ЗАНН, вр. чл. 127, ал. 3 от ЗРТ и при спазване на предвидения за това процесуален ред.

АУАН и НП отговарят на изискванията съответно на чл. 42, т. 4 и чл. 57, ал. 1, т. 5 от ЗАНН. Обстоятелствата при извършване на деянието са достатъчно конкретизирани, за да може санкционираният субект да разбере кое поведение е квалифицирано като нарушение на ЗРТ. Посочени са коректно и нарушените законови разпоредби.

НП е законосъобразно и от материалноправна гледна точка. В хода на съдебното следствие се установи по несъмнен начин, че на 26.11.2014 г. в интервала от 11:00 ч. до 12:00 ч., по време на предаването „Преди обед“, на програмата „Б ТВ“, са били излъчени три обозначени рекламни блока с общо времетраене 13 минути и 19 секунди, като с излъчването на описаните търговски съобщения по програма „Б ТВ“ в часовия пояс от 11:00 ч. до

12:00ч., с общо времетраене за трите рекламни блока от 13 минути и 19 секунди, доставчикът на медийни услуги „БТВ Медиа Груп“ ЕАД е нарушил разпоредбата на ЗРТ - делът на рекламните спотове в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути. Дружеството жалбоподател е доставчик на медийни услуги по смисъла на чл. 2, ал. 1 от ЗРТ и е излъчил (разпространил) рекламните спотове и спотове за телевизионен пазар в периода от 11:00 ч. до 12:00 ч. на 26.11.2014г., чието времетраене е надхвърлило 12 минути. Като е сторил това доставчикът на медийни услуги "БТВ МЕДИА ГРУП" ЕАД е действал в противоречие с установеното в чл. 89, ал. 1 от ЗРТ правило за максимална продължителност на рекламните спотове за даден едночасов период, поради което правилно е бил санкциониран на основание чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

С оглед изложеното до тук съдът приема, че чрез извършеното доставчикът на медийни услуги нарушил установеното максимално времетраене на рекламните спотове за даден едночасов период. Като е излъчил рекламни спотове с времетраене от 13 минути и 19 секунди за времето от 11:00ч. до 12:00 часа на 26.11.2014г., с което жалбоподателят е осъществил състава на чл. 126 от ЗРТ.

Съдът не споделя становището на процесуалния представител на жалбоподателя, че в конкретния случай е възможно различно тълкуване на понятието „едночасов период“ и административнонаказващият орган е бил длъжен да уведоми, със съответните указания, доставчиците на медийни услуги по какъв начин ще бъде извършвано измерването на продължителността на рекламното време, включено в едночасов период и как е определен този период.

В конкретния случай, действията на административнонаказващия орган не нарушават установените норми в ЗРТ, както и на Директива 2007/65/ЕО, с която е направено изменение в Директива 89/552/ЕИО.

Това е така, защото дадената оперативна самостоятелност на държавите членки да определят измерването на едночасовия период при отчитане на продължителността на рекламните спотове в никой случай не следва да се приравнява на задължение, което да е обективизирано в подзаконов нормативен акт или по друг начин, общодостъпен за субектите, задължени да спазват нормите на ЗРТ и конкретно - на чл. 89, ал. 1 от с.з.

След като в случая не е определено изрично от кой момент ще се отчита едночасовият период, то съдът намира, че волята на законодателя е била във всеки 60 минути, независимо дали е от началото на астрономическия час или друг такъв, продължителността на рекламните спотове да не надвишава 12 минути.

Макар единствено на обществените доставчици на медийни услуги, да са вменени специфични функции, изброени в чл. 6 от ЗРТ, то видът и съдържанието на излъчваните от търговските доставчици аудио-визуални

произведения не е безконтролно, като същите също имат определени задължения по отношения на излъчваните от тях програми, обективирани в нормите на чл. 7 и сл. от ЗРТ. Нещо повече, съгласно разпоредбата на чл. 19а от ЗРТ, към всички доставчици на медийни услуги се изисква определен процент на съдържание в програмата на европейски произведения.

Излъчването на реклами, безсъмнено е основният източник на финансови средства за търговските телевизии, доколкото обществените доставчици на медийни услуги БНТ и БНР се финансират съгласно установените в чл. 70 от ЗРТ правила, но ЗРТ вменява на всички доставчици на медийни услуги, включително и на търговските, определени функции, свързани с предоставянето на аудио-визуални предавания/радиопредавания за информизиране, забавление или образование на широката общественост.

Именно поради необходимостта от поддържане на баланс между търговската обвързаност на търговските доставчици на медийни услуги, демонстрирана чрез популяризиране на рекламни спотове, излъчвани по реда на чл. 74 и чл. 75 от ЗРТ, и между другите функции на предоставяните медийни услуги, е въведена и забраната по чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

Ето защо, настоящият съдебен състав намира, че в конкретния случай посочената забрана следва да се отнася към който и да било 60 минутен период, независимо от началото и края на неговото измерване.

В този смисъл, не са налице и несъответствия между действията на административнонаказващия орган и нормативните актове, уреждащи предоставянето на медийни услуги.

За пълнота следва да се отбележи, че практиката на регулаторния орган е да измерва продължителността на рекламните спотове на астрономически час. Дори обаче да се приеме, че такава практика липсва или че санкционираното дружество не е било осведомено за нея, в настоящия случай, при който програмата на „Б ТВ” е измерена на астрономически час, да е с инцидентен характер, то това отново не изключва задължението на „БТВ МЕДИА ГУП” ЕАД да спазва нормата на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ по начин, недопускащ надвишаване на 12 минути, на който и да било едночасов период, независимо от началното време на неговото отчитане.

Съдът счита на следващо място, че извършеното от жалбоподателя административно нарушение не представлява маловажен случай по смисъла на чл. 28 от ЗАНН (вж. ТР № 1/12.12.2007 г. по т. н. д. № 1/2007 г., ОСНК на ВКС), поради което същият не следва да бъде освободен от административнонаказателна отговорност. Това е така, тъй като се касае за национален телевизионен оператор, който е надвишил максимално установеното времетраене на рекламните спотове за даден едночасов период с 1 минута и 19 секунди.

Наложената на дружеството-жалбоподател „имуществената санкция” по чл. 126, ал. 1 от ЗРТ в размер на 3000,00 лева е наложена в предвидения в

закона минимален размер, като съдът намира същата за определена законосъобразно съгласно разпоредбата на чл. 27 от ЗАНН, като за съда не съществува възможност за изменение на оспорваното НП, респ. за намаляване на размера на наложената административна санкция.

По изложените съображения съдът приема, че оспореното НП е законосъобразно и следва да бъде потвърдено изцяло

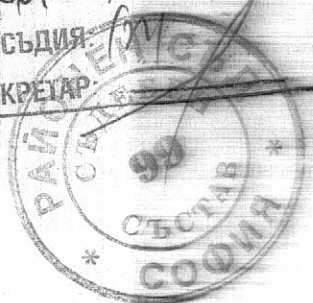
Мотивиран от горното и на основание чл. 63, ал. 1, пр. 1 ЗАНН
СОФИЙСКИЯТ РАЙОНЕН СЪД

РЕШИ:

ПОТВЪРЖДАВА Наказателно постановление № № РД-10-49/07.04.2015 г. на председателя на Съвета за електронни медии, с което на основание чл. 126, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията (ЗРТ) на доставчикът на медийни услуги „БТВ МЕДИА ГРУП“ ЕАД е наложено административно наказание "имуществена санкция" в размер на 3000,00 лева за нарушение на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

РЕШЕНИЕТО подлежи на касационно обжалване пред Административния съд - гр. София в 14-дневен срок от получаване на съобщението за неговото постановяване.

РАЙОНЕН СЪДИЯ:



220
D.V.V.

РЕШЕНИЕ

№ 2703

гр. София, 20.04.2016г.

В ИМЕТО НА НАРОДА



АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, IX КАСАЦИОНЕН СЪСТАВ, в публично заседание на 25.03.2016 г. в следния състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ: Антоанета Аргирова

ЧЛЕНОВЕ: Полина Якимова

Диляна Николова

при участието на секретаря Розалия Радева и при участието на прокурора Милен Ютеров, като разгледа дело номер **680** по описа за **2016** година докладвано от съдия Полина Якимова, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.208 и сл. от АПК, във връзка с чл.63, ал.1 от ЗАНН.

С решение от 10.11.2015г., постановено по н а х дело № 6862/ 2015г. на Софийски районен съд, НО, 99 състав е потвърдено Наказателно постановление № РД 10 49/ 07.04.2015г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии, с което на „БТВ МЕДИА ГРУП“ ЕАД, ЕИК 130081393 на основание чл.126, ал.1 от Закона за радиото и телевизията е наложена имуществена санкция в размер на 3000 лв за нарушение по чл.89, ал.1 ЗРТ.

Постъпила е касационна жалба от санкционирания оператор на далекосъобщителни услуги, в която е наведено касационното основание по чл. 348, ал.1, т.1 НПК – нарушение на закона. Според касатора българският законодател в чл. 89, ал. 1 ЗРТ единствено е определил, че делът на рекламните спотове „в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути.“ Разпоредбата е приета във връзка със задължението на Република България да транспонира Директива 2007/65/ЕО (чл.18 от която съответства на чл.89, ал.1 ЗРТ), представляваща изменение и допълнение на Директива 89/552/ЕС. Съгласно чл.288 от ДФЕС директивата е акт, обвързващ по отношение постигането на определен резултат от държавите-членки, като на същите е предоставен избор на форма и средства за постигането на този резултат. Следователно механичното пренасяне на разпоредбата от директивата от страна на законодателя не означава непременно приети форми и средства за изпълнение на посочения резултат. Тази дискреция е залегнала за първи път и в Становището на Европейската комисия 2004/С 102/02, по тълкуването на Директива 97/36/ЕС (отново изменение на директива 89/552/ЕЕС), с която Директива е въведено правилото за почасовото лимитиране на продължителността на рекламните спотове (§ 20 от Директива 97/36/ЕС). В съображения (8), (9) и (11) от Становището изрично се посочва съществуването на дискреция в определянето на „дадения едночасов период“, използван от държавите-членки при отчитане продължителността на

рекламните спотове. Регламентацията в рамките на ЕС изцяло съответства на предвидената в Европейската конвенция за трансгранична телевизия, в чл.12, т.2 от която не е посочен астрономически час (или наричан по-долу естествен астрономически час). От официалния текст на разпоредбата става ясно, че същата определя „количеството на рекламата в рамките на даден едночасов период не трябва да надхвърля 20 %“. След като законодателят не е определил ясно „дадения едночасов период“, регулаторният орган е дължал ясни указания към доставчиците по какъв начин ще бъде извършвано измерването на продължителността на рекламното време, включено в едночасов период и да дефинира детайлно този период. Поддържа се, че текстът на чл.16 от Протокол за изменение и допълнение на Европейската конвенция за трансгранична телевизия е неправилно преведен на български език - в английския му текст е използвано отново понятието „given clock hour“, което според касатора означава „даден едночасов период“, а не „един астрономически час“. Изложени са и доводи за приложението на чл.28 от ЗАНН.

Искането до съда е отмяна на въззивното решение като бъде отменено и потвърденото с него наказателно постановление.

В съдебно заседание касаторът се представлява от юриконсулт, който поддържа касационната жалба на сочените в нея основания.

Ответникът, председателят на СЕМ, чрез представител по пълномощие, отрича основателността на жалбата по съображения, че в позитивното национално право достатъчно ясно е регламентирано, че под „час“ се разбира астрономически час, а действащото право се прилага в редакцията, в която е обнародвана в Държавен вестник.

Представителят на Софийска градска прокуратура дава заключение за неоснователност на касационната жалба.

Съдът, като взе предвид релевираните с нея касационни основания и служебно съобразно чл.218, ал.2 от АПК провери съответствието на обжалваното решение с процесуалните изисквания, свързани със съществуването и упражняването на субективното публично право на жалба и с материалния закон, намира за установено следното: Касационната жалба е допустима като подадена от легитимиран субект срещу подлежащ на касационен контрол акт и при спазване на установения за това преклузивен 14-дневен срок.

Касационният контрол на оспореното съдебно решение, осъществяван от АССГ, е ограничен от въведените с жалбата основания с изключение на съответствието му с материалния закон и съществените процесуални изисквания, свързани със съществуването и упражняването на субективното публично право на жалба, за които следи служебно. Касационната инстанция обсъжда правни, а не фактически въпроси, поради което не събира и не преценява доказателства, а проверява само законосъобразността на изводите на решаващия съд.

Според фактическите установявания на СРС на 26.11.2014г. в интервала от 11,00 ч до 12,00 ч по време на предаването „Преди обед“ на програма „БТВ“ са излъчени три обозначени рекламни блока с общо времетраене 13 минути и 19 секунди, първият от 11:01:01 ч до 11:05:30 ч с общо времетраене 4 минути и 29 секунди; вторият от 11:20:54 ч до 11:25:02 ч с общо времетраене 4 минути и 08 секунди и третият от 11:54:37 ч до 11:59:19 ч с общо времетраене 4 минути и 42 секунди. Въз основа на извършен от старши инспектор при СЕМ преглед на DVD, предоставен на надзорния орган от оператора на далекосъобщителни услуги на 12.02.2015г. е съставен АУАН за нарушение на чл.89, ал.1 ЗРТ, а въз

основа на АУАН – обжалваното НП.

Решението е правилно.

Съгласно 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. Няма спор по отношение на обстоятелството, че в интервала от 11:00 ч. до 12:00 ч на 26.11.2014г. са излъчени три обозначени рекламни блока с общо времетраене 13 минути и 19 секунди.

Противоречивите позиции на страните по делото касаят преценката на въпроса дали едночасовият период представлява астрономически час или плаващ едночасов период. Той 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. - ДВ, бр. 7 от 25.01.2000г. издаден от Министерството на транспорта и съобщенията, обн., ДВ, бр. 96 от 11.10.2002г., в сила от 1.03.2002г.) 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 1997г. 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 на изрично е посочено, че чл.12 от Конвенцията придобива следната редакция: 2. 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 на Република България, нормата обвързва задължените лица и не е необходим изричен акт на СЕМ към доставчиците с указание за прилагането ѝ.

Възраженията на касатора във връзка с неточност на превода на чл.16 от Протокола са неоснователни. Съгласно чл.9, ал.1 от Закона за нормативните актове разпоредбите на нормативните актове се формулират на общоупотребимия български език, кратко, точно и ясно. Приложим е този текст, който е достоверен и обнародван по реда на чл.34-41 ЗНА. Несъответствие между достоверен и обнародван текст се поправя по реда, даден в чл.42-43 от ЗНА. Всички действия, извършени съобразно обнародвания текст до влизане в сила на неговата поправка, се считат правомерни, съответно действителни, освен ако грешката е очевидна – чл.45, ал.1 от ЗНА. Твърдението, че английският термин „clock hour“ е неправилно преведен като „астрономически час“ не сочи на очевидна грешка.

Анализът на горните 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.

Настоящият случай не разкрива белезите на маловажност по смисъла на чл.28 от ЗАНН. В тази връзка правилно въззивната инстанция е приела, че установеното нарушение не разкрива по-ниска степен на обществена опасност в сравнение с други нарушения от същия вид, а освен това времетраенето на рекламните спотове, надхвърлящо допустимите 12 минути, е с продължителност минута и 19 секунди.

В обхвата на проверката по чл.218, ал.2 АПК вр. чл.63, ал.1, изр.2 ЗАНН съдът намира решението за валидно, допустимо и в съответствие с материалния закон. В отсъствието на отменителни основания по чл.348, т.1, т.1

– 2 НПК вр. чл.63, ал.1, изр.2 ЗАНН, касационната жалба следва да се отхвърли, като оспореното с нея решение бъде оставено в сила съгласно чл. 221, ал.2, пр.1 АПК вр. чл.63, ал.1, изр.2 ЗАНН.

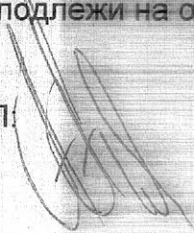
По изложените съображения и на основание чл.221, ал.2, предл.1 АПК вр. чл.63, ал.1, изр.второ ЗАНН, Административен съд София-град, IX касационен състав

РЕШИ:

ОСТАВЯ В СИЛА решение от 10.11.2015г., постановено по н а х дело № 6862/ 2015г. на Софийски районен съд, НО, 99 състав.

Решението не подлежи на обжалване.

ПРЕДСЕДАТЕЛ:



ЧЛЕНОВЕ:

