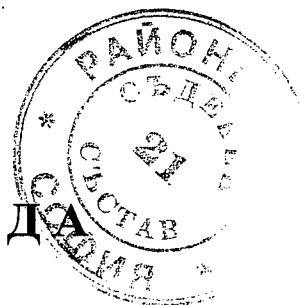


**РЕШЕНИЕ**  
гр. София, 10.10.2016 г.



**В ИМЕТО НА НАРОДА**

**СОФИЙСКИ РАЙОНЕН СЪД, НО, 21-ви състав**, в откритото съдебно заседание на четвърти октомври две хиляди и шестнадесета година, в състав:

**ПРЕДСЕДАТЕЛ: ЕЛЕНА РОЗАЛИНОВА**

При участието на секретаря Соня Стефанова като разгледа докладваното от съдия Елена Розалинова НАХД № 14215 по описа на Софийският районен съд, Наказателно отделение за 2015 година, за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по член 59 и следващите от ЗАНН.

Образувано е по жалба на „Нова Броудкастинг Груп“ АД срещу наказателно постановление № РД-10-102 от 28.07.2015 година на Председателя на Съвета за електронни медии (СЕМ), с което на „Нова Броудкастинг Груп“ АД е наложена имуществена санкция в размер на 3 000,00 лева за нарушение на член 89, ал.1 от ЗРТ. Излагат се доводи относно приложимата правна уредба – Конституцията на РБ, Европейската конвенция за трансгранична телевизия и Директива 97/36/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 30 юни 1997 година, според които рекламните спотове в рамките на един астрономически час не могат да надхвърлят 12 минути. Посочва се по отношение на филма „ИЗХД-царе и богове“ представлява европейска продукция и е сред изключенията по член 89, ал.2 от ЗРТ. Сред тези изключения попадала и „самопромоцията“ по смисъла на §1, т.25 от ДР на ЗРТ Излагат се доводи за приложение на член 28 от ЗАНН.

Въззиваемата страна СЕМ чрез юрисконсулт оспорва жалбата по подробно развити в писмен вид съображения.

Софийски районен съд, след като обсъди доводите в жалбата, с оглед на събраните по делото доказателства и след като в съответствие с чл. 84 ЗАНН, вр. чл. 314 НПК провери изцяло правилността на атакуваното наказателно постановление, констатира, че не са налице основания за неговата отмяна. Съображенията на съда за това са следните:

На 15.12.2014 година в интервала от 22.00 часа до 23.00 часа по

време на финала на предаването "Big Brother-All Stars" са излъчени и обозначени два рекламни блока с общо времетраене 12 минути и 56 секунди и единична реклама от 6 секунди. по „Нова Телевизия”. Първият рекламен блок се състоял от 14 рекламни спота, последният от които е „Национална лотария” и е с общо времетраене 6 минути и 22 секунди. Единичната реклама е за филма „ИЗХОД-Богове и царе” и е с времетраене 6 секунди. Вторият рекламен блок е с обща продължителност 6 минути и 33 секунди – налице е незначително разминаване от една секунда в АУАН и НП – 6 минути и 34 секунди, и установеното от вещото лице по компютърната експертиза , който посочва продължителност с една секунда по-малко. Тъй като вещото лице разполага със специална компетентност съдът кредитира неговото заключение. АНО е констатирал, че е нарушена забраната на член 89, ал.1 от ЗРТ рекламните спотове да не надвишават 12 минути в рамките на 1 астрономически час. Бил съставен АУАН № НД-01-77 от 20.02.2015 година, връчен на упълномощен представител на „Нова Броудкастинг Груп”АД. Въз основа на него било издадено обжалваното НП.

Описаната фактическа обстановка съдът намира за установена от показанията на св. , АУАН № НД-01-77 от 20.02.2015 година, заключението на СТЕ на вещото лице , което съдът кредитира като обективно и компетентно изготвено, заявление за регистрация в единния публичен регистър на филмите, получили виза за разпространение и показ в Република България от 26.11.2014 година, договор за производство и излъчване на телевизионно предаване 16 юли 2012 година за предаване с наименование „Национална лотария”.

При така установената фактическа обстановка съдът намира от правна страна следното:

Преди съдът да направи проверка на материалната законосъобразност на обжалваното наказателно постановление, същият дължи проверка дали издадените от администрацията АУАН и НП отговарят на процесуалните изисквания на закона. В този смисъл следва да се отбележи, че процесният АУАН и обжалваното наказателно постановление са издадени от материално компетентни лица по смисъла на закона, доколкото по делото е приложен документ, удостоверяващ компетентността им – Заповед № РД-13-77 от 25.11.2014 година на Председателя на СЕМ и решение № РД-05-53 от 31 март 2015 година на СЕМ.

Съгласно т. 2 от Тълкувателно решение № 48 от 28.X.1981 г. по н. д. № 48/81 г., ОСНК „тримесечният срок от откриване на нарушителя започва да тече от момента, в който органът, който е овластен да състави акта е узнал кой е нарушителят“. Обективира се извод за спазване на тримесечния срок от откриване на извършителя и едногодишния от извършване на нарушението по чл. 34, ал. 1 от ЗАНН, обезпечаваш

законосъобразното стартиране на производството по налагане на административно наказание. Жалбоподателят е получил покана да се яви в 7-дневен срок от получаването ѝ за съставяне на АУАН като е изпратил в указания срок свой упълномощен представител в СЕМ. Спазен е шестмесечният срок за издаване на наказателно постановление по ал. 3 на същата разпоредба.

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. В ДР на ЗРТ липсва легална дефиниция на понятието „даден едночасов период“ използвано в чл. 89, ал. 1 от ЗРТ. Тази празнота в закона следва да бъде преодоляна чрез позоваване на други източници на правото, регулиращи същите по характер обществени отношения. В чл. 16 на Протокол за изменение и допълнение на Европейската конвенция за трансгранична телевизия (Ратифициран със закон, приет от 38-о Народно събрание на 12.01.2000 г. - ДВ, бр. 7 от 25.01.2000 г. Издаден от Министерството на транспорта и съобщенията, обн., ДВ, бр. 96 от 11.10.2002 г., в сила от 1.03.2002 г.) 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 Б., нормата обвързва задължените лица и не е необходим изричен акт на С. към доставчиците с указание за прилагането ѝ. Едночасовият период представлява астрономически час, а допустимото време за реклама е максимум 12 минути, поради което административно-наказателната отговорност на дружеството е правилно ангажирана. Дори и да липсват указания относно значението на „даден едночасов период“ по см. на Директива 2010/13/ЕС, то следва да се приеме, че се прилага общоприетото значение на 1-часов период, съответен на астрономическия час. В., това следва и от немската версия на чл. 23 на Директива 2010/13/ЕС, в която не се борава с понятието „даден едночасов период“, а е вписано, че рекламните спотове не могат да надхвърлят 20 % от един пълен час, което безспорно съответства на астрономически такъв.

От разпоредбата на чл. 89, ал. 1 ЗРТ следва, че ограничените от 12 минути е за общо за рекламните спотове и спотовете за телевизионен пазар. Съгласно рецитал 59 от Преамбюла на Директива 2007/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2007 година за изменение на Директива 89/552/ЕО на Съвета относно координирането на някои разпоредби, формулирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите-членки, отнасящи се до упражняване на телевизионна дейност понятието за телевизионен рекламен спот следва да се разбира като телевизионна реклама по смисъла на член 1, буква и) от Директива 89/552/ЕО, така както е изменена с

настоящата директива, с продължителност не повече от дванадесет минути. Директива 89/552/ЕО е транспонирана във вътрешното ни законодателства предвид § 1а, т. 1 от ДР на ЗРТ. Рекламният спот е реклама по смисъла на член 74, ал.1 от ЗРТ.

Следва да се посочи, че и без да се вземе предвид времетраенето на т.нар. "плочка" на филма „ИЗХОД – Богове и царе" е надвишен максималния праг от 12 минути на времетраенето на рекламните съобщения в рамките на един астрономически час. Т.нар. „плочка" също представлява реклама или рекламен спот, които две понятия, както се посочи са синоними, тъй като носи рекламно послание. Неоснователно е възражението за приложение на §1, т.7 от ДР на ЗРТ, че посоченият филм е европейска продукция, тъй като в Публичния регистър на филмите е регистриран с произход от САЩ.

Неоснователен е доводът, че спотът на „Национална лотария представлява самопромоция“. Съгласно т. 25 от § 1 от ДР на ЗРТ, "самопромоция" е форма на рекламиране, при която доставчикът на медийни услуги рекламира своите собствени стоки, услуги или програми. По делото е установено (от представените договори и търговски споразумения), че нито филма, нито „Национална лотария“ е собствено предаване на жалбоподателя, за да се приеме, че е налице самопромоция.

Не са налице предпоставките за приложение на чл. 28 от ЗАНН, тъй като извършеното нарушение не е по-малко общественоопасно от други подобни нарушения, като същевременно жалбоподателят за аналогични нарушения двукратно е бил предупреждаван от административно-наказващия орган, че при последващо нарушение ще бъде ангажирана отговорността му.

Наложената имуществена санкция е съобразена с тежестта на нарушението и по всички развити съображения наказателното постановление следва да бъде потвърдено.

С оглед изхода на спора на жалбоподателя на основание член 84 от ЗАНН вр.член 189, ал.3 от НПК трябва да се възложат сторените разноски за възнаграждение на вещо лице в размер на 200,00 лева.

Така мотивиран и на основание член 63, ал.1 от ЗАНН, Софийският районен съд, Наказателно отделение, 21-ви състав

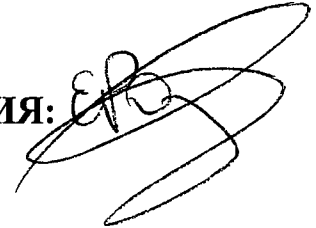
## **Р Е Ш И :**

**ПОТВЪРЖДАВА** наказателно постановление № РД-10-102 от 28.07.2015 година на Председателя на Съвета за електронни медии (СЕМ), с което на „Нова Броудкастинг Груп" АД е наложена имуществена санкция в размер на 3 000,00 лева за нарушение на член 89, ал.1 от ЗРТ.

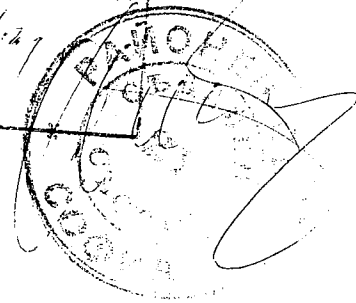
**ОСЪЖДА** на основание член 84 ЗАНН вр. член 189, ал.3 НПК да заплати по сметка на Софийски районен съд сумата 200,00 (двеста) лева, представляваща разноски за възнаграждение на вещо лице.

**РЕШЕНИЕТО** подлежи на касационно обжалване пред Административен съд - гр. София на основанията, предвидени в НПК и по реда на Глава XII от АПК в 14-дневен срок от получаване на съобщението за изготвянето му.

РАЙОНЕН СЪДИЯ:



РЕШЕНИЕТО Е ВЛЯЗЛО В ЗАКОННА  
СИЛА НА 31.01.2017  
РАЙОНЕН СЪДИЯ: 1/27  
СЕКРЕТАР:



РЕШЕНИЕ № 596

гр. София, 31.01. 2017 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД СОФИЯ – ГРАД - II касационен състав в публично заседание на двадесети януари, през две хиляди и седемнадесета година в състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ: ВЛАДИМИР НИКОЛОВ

ЧЛЕНОВЕ: ЕЛИЦА РАЙКОВСКА  
НИКОЛИНА ЯНЧЕВА

при секретаря РОЗАЛИЯ РАДЕВА и в присъствието на прокурора ГЕОРГИ ТАФРОВ, като разгледа докладваното от съдия НИКОЛОВ КНАД № 11355 по описа за 2016 г. и за да се произнесе, взе предвид следното:

**Производството е по реда на чл. 63, ал. 1, изр. II от ЗАНН.**

С решение от 10. 10. 2016 г. по НАХД № 14215 / 2015 г., Софийски районен съд, НО - 21 състав е потвърдил наказателно постановление (НП) № РД-10-102 / 28. 07. 2015 г., издадено от председателят на Съвета за електронни медии, с което на „Нова Броудкастинг Груп“ АД, е наложена имуществена санкция в размер на 3000 лв., на основание чл. 126, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията /ЗРТ/, за нарушение по чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

Срещу така постановеното решение е постъпила касационна жалба от процесуалния представител на „Нова Броудкастинг Груп“ АД, с която се моли да бъде отменено решението на СРС като неправилно и незаконосъобразно.

В съдебно заседание касационният жалбоподател, чрез писмени бележки на процесуалния си представител, моли да се отмени решението на СРС и да се отмени издаденото НП.

Ответникът, чрез процесуалния си представител, моли да се остави в сила решението на СРС. Представя подробни писмени бележки.

Представителят на Софийска градска прокуратура счита жалбата за неоснователна.

**Административен съд София – град**, като прецени събраните по делото доказателства, доводите и възраженията на страните, намира за установено от **фактическа и правна страна** следното:

За да постанови решението си, въззивния съд е събрал като доказателства по делото показанията на свидетеля , писмените доказателства, представени с наказателното постановление и е приобщено заключение на съдебно – техническа експертиза.

Пред настоящата инстанция не са ангажирани нови писмени доказателства.

Касационната инстанция споделя изцяло фактическите и правни констатации на районния съд.

Приетата за установена по делото фактическа обстановка от въззивната инстанция е, че на 15.12.2014 г. в часовия пояс от 22:00 ч. до 23:00 ч. по националната програма "Нова телевизия" по време на финала на предаването „Big Brother-All Stars“ са били излъчени два обозначени рекламни блока с общо времетраене 12 минути и 56 секунди, както и единична реклама с времетраене 6 секунди. Тези обстоятелства са били установени от служител в Съвета за електронни медии на 26.01.2015 г. при преглед на видеоматериал, предоставен от " Нова Броудкастинг Груп“ АД с писмо вх.№ НД-02-19-00-27/23.01.2015 г.

Актосъставителят, а след него и наказващият орган е приел, че с излъчване на описаните търговски съобщения в програма "Нова телевизия" в посочения интервал, в

което не е включено времето за съобщения, направени от оператора във връзка с негови собствени програми и предавания, доставчикът на медийни услуги и настоящ касатор е нарушил забраната по чл.89, ал.1 ЗРТ, която изисква делът на рекламните спотове в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути.

При тази фактическа обстановка, която е възприета от наказващия орган, е издадено обжалваното постановление, с което на касационния жалбоподател в качеството му на доставчик на медийни услуги, е наложена имуществена санкция в размер на 3000 лв. на основание чл.126, ал.1 във вр.с чл.127, ал.2 ЗРТ.

За да потвърди издаденото НП, първата съдебна инстанция е извела изводи, че извършеното нарушение на чл.89, ал.1 ЗРТ е безспорно доказано. Съдът не е споделил оплакването за наличие на основание за прекратяване на административнонаказателното производство. Отхвърлил е възраженията за пропускане на срока по чл.34 ЗАНН и за неправилно определяне на спорния едночасов период. В заключение Съдът е приел, че нарушението не е немаловажно.

Решението е правилно.

Разпоредбата на чл.89, ал.1 ЗТР предвижда, че делът на рекламните спотове и спотове за телевизионен пазар в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути. В случая не се оспорва, че в интервала от 22:00 ч. до 23:00 ч на 15.12.2014 г. по националната програма "Нова телевизия" са излъчени два обозначени рекламни блока с общо времетраене 12 минути и 56 секунди и единична реклама от 6 секунди или общо 13 минути и 2 секунди.

Следва да се отбележи, че дори да се изключи времетраенето за единичната реклама, каквито са доводите в касационната жалба, тъй като се касаело за популяризиране на европейски филм, то оставащото време отново надвишава максимално допустимото време за реклама.

В същото време, спорният въпрос, въведен от касатора е, дали едночасовият период представлява астрономически час или "плаващ едночасов период". Разглежданият въпрос намира разрешение в Протокол за изменение и допълнение на Европейската конвенция за трансгранична телевизия (Ратифициран със закон, приет от 38-о Народно събрание на 12.01.2000 г., обн. ДВ, бр.7 от 25.01.2000 г.). 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 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. Както правилно е приел и районният съд, разпоредбата на чл.89, ал.1 ЗРТ е ясна и в закона не е необходимо да бъде дефинирано понятието "даден едночасов период". 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".

След като допустимото време за реклама в рамките на този период е максимум 12 минути, правилно нарушението е прието за безспорно доказано.

Не е допуснато нарушение на чл.34 ЗАНН. Съгласно тази разпоредба не се образува административно-наказателно производство, ако не е съставен акт за установяване на нарушението в продължение на три месеца от откриване на нарушителя. Срокът по чл.34, ал.1 ЗАНН започва да тече от деня, в който органът, овластен да състави акта, е узнал кой е нарушителят. Това става в момента, в който актосъставителят

31

разполага с доказателства за виновността и отговорността на нарушителя, а именно - когато документите и книгата са достигнали до органа, който може да съставя АУАН. Актът в случая е съставен преди изтичане на предвидения в ЗАНН срок, поради което не е налице съществено нарушение на процесуалните правила.

Касационният съд намира, че съставянето на АУАН и при издаването на НП не са допуснати съществени процесуални нарушения, ограничаващи правото на защита на "Нова Броудкастинг Груп" АД. Липсват основания за прилагане нормата на чл.28 ЗАНН предвид важността на обществените отношения, регулирани със ЗРТ.

Предвид изложеното, настоящият съдебен състав приема, че при правилно установена фактическа обстановка, районният съд е достигнал до законосъобразно като краен резултат решение, което следва да бъде оставено в сила.


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

**РЕШИ:**

**ОСТАВЯ В СИЛА** решение от 10. 10. 2016 г. по НАХД № 14215 / 2015 г. на Софийски районен съд, Наказателно отделение – 21-ви състав.

**РЕШЕНИЕТО** е окончателно.

ПРЕДСЕДАТЕЛ: 

ЧЛЕНОВЕ: 1. 

2. 