

РЕШЕНИЕ

№ 2917

гр. София, 14.06.2011 г.  
В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД СОФИЯ – град, ПЪРВИ КАСАЦИОНЕН СЪСТАВ**, в открито съдебно заседание на четвърти юли, две хиляди и десета година, в състав:

**ПРЕДСЕДАТЕЛ: ЛОЗАН ПАНОВ**  
**ЧЛЕНОВЕ: МИГЛЕНА НЕДЕВА**  
**МАРИЯ СИТНИЛСКА**

при участието на секретар–протоколита **ГАЛЯ ИЛИЕВА** и прокурор **ПАВЛОВ** като разгледа докладваното от **съдия НЕДЕВА** административно дело № 2637 по описа за 2010 г. и, за да се произнесе, взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.208 – чл.228 от Административно – процесуалния кодекс /АПК/, във връзка с чл.63, ал.1, изр.2 от Закона за административните нарушения и наказания /ЗАНН/.

С Решение № 19.02.2010 г. по н.а.х.д. № 7859 / 2009 г., Софийски районен съд, НК, 110 състав е потвърдил Наказателно постановление /НП/ № 30 от 23.06.2009 г., издадено от Председателя на Съвета за електронни медии, с което на „НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ – ПЪРВИ ЧАСТЕН КАНАЛ“ ЕАД, гр. София е наложена имуществена санкция в размер на 10 000 / десет хиляди/ лв. на основание чл.218, ал.6 от Закона за здравето /ЗЗ/ за повторно извършено нарушение по чл.55, ал.1 от същия закон.

Срещу така постановеното решение е постъпила касационна жалба от „НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ – ПЪРВИ ЧАСТЕН КАНАЛ“ ЕАД, гр. София, чрез изпълнителния директор Карл Андерсон, в която моли същото да бъде отменено като незаконосъобразно. Излагат се съображения за това, че макар да е налице първият елемент от състава на нарушението по чл.55, ал.1 от ЗЗ „пряка реклама“, административнонаказващият орган не е доказал съществуването на втория, а именно на „спиртна напитка“, т.е. такава алкохолна напитка, която съдържа повече от 15 обемни процента етилов алкохол.

Ответникът по касационната жалба, оспорва жалбата и моли решението да бъде потвърдено като правилно.

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.

Административен съд София – град, в настоящия му състав, 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 всички представени и посочени от страните доказателства. Пред настоящата съдебна инстанция не са ангажирани нови от допустимите, съгласно чл.219, ал.1 от АПК писмени доказателства.

В рамките на касационното производство съдът, след като обсъди всички посочени в жалбата пороци на решението, и с оглед императивната разпоредба на чл. 218, ал. 2 от АПК, предвид която следи служебно за валидността и допустимостта на обжалваното решение и съответствието му с материалния закон, счита, че решението е валидно, допустимо и постановено при правилно прилагане на материалния закон.

Касационната инстанция изцяло споделя фактическите и правните изводи на първоинстанционния съд. Приетата от СРС фактическа обстановка, описана в атакуваното решение, настоящият съд намира за правилна, като подкрепена от всички събрани по делото доказателства.

Настоящият състав споделя и констатациите на първоинстанционния съд, че при издаване на наказателното постановление не са допуснати нарушения на процесуалните правила, които да обуславят отмяната му.

По съществуто на спора, СРС правилно е установил, че „НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ – ПЪРВИ ЧАСТЕН КАНАЛ” ЕАД, гр. София е осъществил състава на нарушението по чл.55, ал.1 от Закона за здравето, поради което и правилно е наложена предвидената в чл.218, ал.6 от от същия закон симуществена санкция в размер на 10 000 / десет хиляди/ лв. за повторно извършено нарушение по същия закон.

След като лично е възприел този клип, а и въз основа на специално назначена експертиза, първоинстанционният съд е достигнал до правилни изводи, които подробно и обосновано е мотивирал.

Настоящият съд напълно споделя изложеното от първоинстанционния, че рекламният продукт следва да бъде преценяван от гледна точка на въздействието върху потребителя, за когото е изготвен. Също така, споделя схващането, че следва да се отчита смисъла и целта на забраната по чл.55, ал.1 от ЗЗ, а именно да се ограничи възможността при рекламиране на спиртни напитки да се използват такива похвати, които да насърчават пряко консумацията и използването им, поради което и правилно съдът се е насочил към преценка на въпроса дали процесната реклама би могла да окаже негативно въздействие с оглед защитения обществен интерес.

С оглед съдържанието на излъченото, преценено през традиционните български обичаи, а именно светла течност, налива на от зелена бутилка с форма, която за българския пазар е обичайна за ракия, а не типичната издължена винена бутилка, дегустирана в капачка, в малки чаши.

със салата излъчва послание за насърчаване консумацията именно на спиртна напитка.

По делото е установено, че и двата продукта на производителя Сис Индъстрис вино и ракия „Грозден“ се предлагат на пазара в зелени бутилки, с форма, обичайна според нашия пазар не за вино, а за спиртна напитка, с еднотипен етикет, с голям надпис в средата „ГРОЗДЕН“ и отгоре изписани с по-дребен шрифт съответно „вино“ или „ракия“.

Установява се, включително и от нарочно изслушаната експертиза, че от етикета на бутилката се вижда и възприема само надписа „ГРОЗДЕН“, но не и това, което е поставено под и над него с дребен шрифт.

Независимо, че от представения сертификат за излъчване на реклама по нова телевизия и видно, че рекламното излъчване е за вино „Грозден“, рекламната чрез излъчване на специален рекламен клип е крайният продукт, това което е видно и се възприема на екрана от зрителите, а не това, за което е сключен договора между страните.

С оглед на горното, съдът не приема и аргументите на касатора относно недоказаното от наказващия орган в настоящото производство процентното съдържание на напитката и съответно дали тя е с над 15 обемни единици или по-малко съдържание на етилов алкохол. Без значение е каква точно е била течността, която е използвана при заснемане на процесния клип. Възможно е и да не е нито вино, нито ракия, а вода. От значение е само това, което изглежда на екрана, тъй като именно то се възприема от зрителя.

По изложените аргументи, и настоящият съд приема, че е налице изпълнение на фактическия състав на нарушението, а именно пряка реклама на спиртна напитка.

При извършената проверка не са установени основанията, предвидени в чл.348 от НПК. Решението е мотивирано, съобразено с материалния закон и е постановено при спазване на процесуалния ред по НПК, поради което и твърденията на касатора са неоснователни.

Предвид липсата на 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, I касационен състав

### РЕШИ:

**ОСТАВЯ В СИЛА** Решение № 19.02.2010 г. по н.а.х.д. № 7859 / 2009 г. на Софийски районен съд, НК, I10 състав е потвърдил Наказателно постановление № 30 от 23.06.2009 г., издадено от Председателя на Съвета

за електронни медии, с което на „НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ – ПЪРВИ ЧАСТЕН КАНАЛ“ ЕАД, гр. София е наложена имуществена санкция в размер на 10 000 / десет хиляди/ лв. на основание чл.218, ал.6 от Закона за здравето / 33/ за повторно извършено нарушение по чл.55, ал.1 от същия закон.

Решението е окончателно и не подлежи на обжалване и протест.

**ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

**ЧЛЕНОВЕ:** 1.  
2.

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*



**Р Е Ш Е Н И Е**  
гр. София, 19.02.2010 г.

**В ИМЕТО НА НАРОДА**

**СОФИЙСКИЯТ РАЙОНЕН СЪД, Наказателно отделение, 110 състав, в  
открито заседание на осми февруари две хиляди и десета година, в състав:**

**РАЙОНЕН СЪДИЯ: ТАНЯ МАРИНОВА**

при участието на секретар Георгиева, като разгледа докладваното от съдията  
н.а.х.д. № 7859/2009 г. и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 59-63 от Закона за административните  
нарушения и наказания (ЗАНН).

Образувано е по жалба на „Нова телевизия – Първи частен канал“ АД, гр.  
София, чрез представляващия Карл Якоб Мартин Андерсон, срещу наказателно  
постановление (НП) № 30/23.06.2009 г., издадено от Маргарита Йорданова Пешева –  
председател на Съвета за електронни медии (СЕМ), с което на дружеството-  
жалбоподател е наложена имуществена санкция в размер на 10 000 лв., на основание  
чл. 218, ал. 6 от Закона за здравето (ЗЗдр) за извършено повторно нарушение на чл. 55,  
ал. 1 ЗЗдр., във вр. § 1, т. 33 от ДР на ЗРТ.

В жалбата се твърди, че излъчената реклама на алкохолна напитка „Грозден“ на  
29.04.2009 г. от 12.25 ч. до 12.27 ч. не е на ракия, а на вино „Грозден“, което се  
установява от внимателен преглед на етикета на бутилката, върху който е изписано на  
„Грозден“ думата „вино“. Поддържа се, че производителя на напитките „Сис  
Индъстрийс“ предлага освен спиртна напитка – ракия и вино със същото наименование,  
като и двете алкохолни напитки се бутилират в зелени бутилки. Изразяват становище,  
че не е излъчена пряка реклама на спиртна напитка, а съдържанието е съобразено с  
органиченията на чл. 55, ал. 2 ЗЗдр. В съдебно заседание, чрез процесуалния  
представител – [REDACTED] дружеството поддържа жалбата и моли да бъде отменено  
обжалваното НП, евентуално да бъде намалена наложената санкция до  
законоустановения минимум.

Административнонаказващият орган, чрез процесуалния си представител,  
поддържа, че е осъществен състава на нарушението, за което е санкционирано  
дружеството. Счита, че жалбата е неоснователна и моли НП да бъде потвърдено.

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

**От фактическа страна:**

Дружеството жалбоподател „Нова телевизия – Първи частен канал“ АД е  
регистрирано като търговски оператор, осъществяващ производство и разпространение  
на телевизионна програма „Нова телевизия“.

На 29.04.2009 г. по програма „Нова телевизия“, оперирана от дружеството-  
жалбоподател, в обозначен рекламен блок между 12.25.54 и 12.27.09 часа е излъчена  
реклама на алкохолна напитка „Грозден“, със следното изображение:

Веднага след рекламното лого на „Сибанк“, в 12.26.37 часа започва процесната  
реклама с кадър на жена, облечена като домакиня, която пред къща се провиква  
„Стамате“. Мъж с разгърдена риза копае в яма кладенец и отговаря „Не съм вкъщи“.

Приближава друг мъж с наметнато сако и с бутилка в ръка, който казва на копаещия: „Айде бе, не може човек да те извади от тоя кладенец“. Копаещият забърсва потта от челото си, а другият мъж му подава връзка репички, за да си откъсне. Копаещият казва: „За ядене и пиене винаги съм готов“ и измъква бяла пластмасова капачка/чаша с малък размер от дръжката на лопатата, издухва я и я подава на другия мъж, казвайки „Я налей тук“. На цял екран в близък план се вижда наливане от зелена прозрачна бутилка с етикет „Грозден“ на прозрачна течност в подадената капачка с реплика: „Така те искам“. Мъжът от ямата отговаря: „Спокойно, братъ чед - като има Грозден всичко става - годежи, сватби, кръщенета, бил си на такива, няма какво да ти обяснявам“ и набива обратно капачката върху дръжката на лопатата. Излиза от кладенеца, посяга към висещ отстранн транзистор, пуска го и започва да звучи песен „Бяла роза...“. Мъжът със сакото отговаря „Така е“, като се вижда връзката с репички в ръката му. Наблюдава се общ план на двора и в дъното разфокусирано се вижда маса с бяла покривка и хора насядали около нея. На преден план вдясно на екрана по целия вертикал се вижда зелена бутилка с етикет „Грозден“, от ляво на дясно тече надпис „Да ти стопли душата“. Глас зад кадър казва: „Грозден, да ти стопли душата“. Бутилката полита към масата. На фокус се виждат хората около масата – мъжът със сакото, пет жени и двама мъже, купа със салата, пита и малки прозрачни чаши. Копачът, вече облечен с кафяво сако казва: „Знаеш ли кое е най-хубавото? Че като гледам - на сватята още не й е пресъхнал кладенецът“ и потрива пръстите на ръката си. Другият мъж му отговаря „Хайде, стига приказки“, с което рекламата приключва в 12.27.08 часа.

При преглед на програмата на „Нова телевизия“ св. [REDACTED] – експерт в СЕМ, видял въпросната реклама на работната станция, която е част от интегрирана система за мониторинг. Наблюдавайки рекламния клип, излъчен в продължение на 30 секунди от 12.26, преценила, че излъчената бутилка с етикет „Грозден“ е ракиена и диалозите са съпроводени с действия, характерни и присъщи за консумация на традиционната българска напитка – ракия. На етикета не може да се разчете друг надпис, освен „Грозден“, а в края на рекламата, когато мъжът с наметнатото сако отпива от чашата, течността е със светъл цвят. Сравнила наблюдавания рекламен клип с излъчвания след 22.00 часа на напитка „Грозден“ и установила, че са с идентично съдържание, като в процесния липсва думата „ракия“.

Затова св. [REDACTED] преценила, че излъчената реклама цели популяризирането и консумацията на алкохолна напитка „Грозден“, чрез използване на самата напитка и действия, свързани с нейното консумиране, с което е нарушена разпоредбата на чл. 55, ал. 1 ЗЗдр., поради което съставил срещу дружеството-жалбоподател АУАН № 23/26.05.2009 г. Актът е съставен в присъствието и връчен на явилият се вследствие на получена поканата пълномощник на дружеството – [REDACTED]. В законоустановения срок дружеството подало писмено възражение, че е забранена пряката реклама само на спиртни напитки, а излъчената от тях е такава на вино, към което приложили сертификат за излъчване на реклама в периода 17.04.2009 – 30.04.2009 г.

Въз основа на така съставения акт, при пълна идентичност на описанието на нарушението, на дружеството-жалбоподател е наложена имуществена санкция, на основание чл. 218, ал. 6 ЗЗдр за повторно извършено нарушение, след като е било санкционирано с НП № 8/23.02.2006 г. и с НП № 7/20.03.2007 г. за нарушение на чл. 55, ал. 1 ЗЗдр.

Изложената фактическа обстановка съдът прие за установена въз основа на събраните по делото доказателства и доказателствени средства: гласни – показанията на свидетелката [REDACTED] Жукова, писмени – решение № 216/25.11.2008 г. на СЕМ, заповед № 51/26.11.2008 г. на председателя на СЕМ, пълномощно на [REDACTED] писмо изх. № 19-00-219/13.05.2009 г., възражение вх. № 19-00-219/29.05.2009 г.,

сертификати за излъчване на реклами на ракия „Грозден“ и вино „Грозден в периода 17.04.2009 – 30.04.2009 г. с рекламодател „Сис индъстрис“, 2 бр. известия за доставяне, решение от 30.05.2008 г. по н.а.х.д. № 5559/2007 г. на СРС, НО, 100 състав, влязло в сила на 10.11.2008 г., решение от 07.05.2008 г. по н.а.х.д. № 8945/2007 г. по описа на СРС, НО, 8 състав, влязло в сила на 08.08.2008 г., веществено доказателство – компакт диск, способи за доказване – заключение на съдебно-техническа експертиза и огледът на видеокасетата.

Съдът намира, че събраните по делото доказателства са вътрешно и взаимно безпротиворечиви и допълващи се, поради което следва да бъдат кредитирани изцяло, а обсъждането на всяко едно поотделно е ненужно. Безспорно се установи цялостното съдържание и времето на рекламния клип, излъчен по програма „Нова телевизия“. От разпитът на св. [REDACTED] приетата съдебно-техническа експертиза и при огледа на видеокасетата безспорно се установи, че излъчената реклама съдържа прозрачна зелена бутилка, с овален етикет, която два пъти се наблюдава в близък. При наблюдение от зрителите, без увличение на отделни елементи и с обичайната скорост на кадъра, върху етикета се разчита единствено надпис „Грозден“, под и над него се наблюдава като точки и запетая друг текст, който не може да се разчете, а в лявата част се вижда неясен оранмент. Съдът кредитира приетата техническа експертиза като компетентно и точно отговаряща на поставените ѝ задачи, като приема, че за изготвянето ѝ са необходими специални технически средства и знания при преценката относно точното съдържание и времеизлъчването на изображението.

#### **От правна страна:**

Атакуваното наказателно постановление е от категорията на обжалваемите. Жалба е депозирана в преклузивния процесуален срок, изхожда от легитимирана страна в процеса, поради което е процесуално допустима. Разгледана по същество, тя е неоснователна, като съображенията на съда в тази насока са следните:

Както АУАН, така и атакуваното НП са издадени от компетентни органи – чл. 127, ал. 1 и 2 от ЗРТ, при спазване на процесуалния закон и в рамките на установените в чл. 34, ал. 1 и ал. 3 ЗАНН срокове. В двата акта изрично са посочени законовите разпоредби, които са нарушени от дружеството-жалбоподател. Неизпълнението на задължение е описано достатъчно ясно и конкретно, така, че да не възниква съмнение относно неговото съдържание. Всички елементи от състава му са изброени във фактическото описание. По този начин са изпълнени изискванията по смисъла на императивните разпоредби на чл.42 и чл.57 от ЗАНН.

Издаденото НП е законосъобразно от материалноправна гледна точка. Съгласно легалната дефиниция в §1, т.19 от ДР на ЗЗдр., „пряка реклама“ е „всяка форма на търговско послание, съобщение или препоръка, която цели популяризирането на алкохолните напитки и/или консумацията им“, и е налице, когато съдържа един от алтернативно предвидените елементи – използване на самите напитки или действия, свързани с тяхното консумиране, производство и разпространение. Безспорно е, че в конкретния случай в обособен рекламен блок е излъчена реклама на напитка „Грозден“, която е алкохолна по смисъла на § 1, т. 17 на ЗЗдр. Спорът е дали същата е спиртна напитка по смисъла на § 1, т. 17 ЗЗдр., тъй като разпоредбата на чл. 55, ал. 1 ЗЗдр изрично забранява пряката реклама единствено на спиртни напитки, а не на всички алкохолки, които са с под 15 обемни процента съдържание на алкохол.

Рекламодателят цели популяризиране на продукта и привличане на много хора като купувачи. В тази връзка рекламата може да се третира като форма на въздействие, препоръка, използваща специфични аудио-визуални способи. В конкретния случай, налице е търговско послание, което е отправено до всички телевизионни зрители на програмата „Нова телевизия“, излъчвана от дружеството-жалбоподател като оператор, чрез представяне на рекламен клип.

Вида на рекламирания продукт трябва да бъде преценен от гледна точка на предполагаемо въздействие върху потребителя, тъй като обикновено последният се ръководи от получените впечатления през краткотрайното възприемане на рекламата, т.е. следва да бъде анализирано цялото и съдържание – всички думи (независимо в писмена или говорима форма), визуалните представи, музиката, звуковите ефекти, сборът от знаци, които се използват. Несъмнено е, че излъченият клип представлява творчески продукт, в който са използвани специфични художествени похвати, техники и изразни средства, характерни за този вид дейност. Едновременно с това рекламата е и информация, но законодателят има право да регламентира начина на нейното поднасяне, поясите на разполагане на този вид информация, нейното съдържание и други елементи на рекламата от гледна точка на публичния интерес. Важно е да се отбележи, че ограничението, визирано в нормата на чл.55, ал.1 от ЗЗдр. се отнася именно до съдържанието на информацията. Законът, регулиращ отношенията по опазванена личното и общественото здраве, не забранява абсолютно рекламата на алкохолни напитки, т.е. няма пречка да се популяризира марката им, но ограничава възможността да се използват такива похвати, които да насърчават пряко популяризирането и консумацията им. Необходимо е да се отбележи, че за да направи преценка в тази насока относно процесната реклама, съдът не следва да я разглежда като творчески продукт на изкуството, а се налага да реши, дали тя би могла да окаже негативно въздействие върху неподозиращия зрител с оглед защитения обществен интерес.

Без да оспорва достоверността на представените от дружеството жалбоподател–асортиментен лист на произвежданите от „Сис индъстрис“ продукти и сертификати за излъчени реклами на ракия и вино с марка „Грозден“, настоящият състав приема, че вида на излъчената реклама следва да се прецени не само буквално от възложеното от рекламодателя, а с оглед съдържанието и аудио-визуалното въздействие, преценено с традиционните български обичаи. В този смисъл и практиката на Европейския съд приема, че и при художествени изразни средства тези, които представят произведенията, следва да отговарят при неспазване на ограниченията на чл.10 КЗПЧОС. Всяко лице, което упражнява свободата си на изразяване, поема, в съответствие с конкретните изразни средства и участието си в процеса, своите задължения и отговорности (решение по дело МЮЛЕР И ДРУГИ СРЕЩУ ШВЕЙЦАРИЯ). Доколкото рекламният клип акцентира върху консумирането на алкохолната напитка на традиционна българска трапеза, обичаят свързва употребата на ракия със салати, внушено чрез подадените репички и купи със салата на масата. Алкохолните напитки ракия и бяло вино представляват еднотипни прозрачни течности, поради което съдът приема, че под „използване на самата напитка“ се има предвид показване на бутилка, в която се съдържа, или на чаша, в която е налята напитката. По този начин публично и пряко се насъчва консумацията именно на предлагания продукт. В конкретния случай се използва форма на бутилка, която пазарната култура на българите свързва с предлагане на ракия, а не типичната за винените бутилки издължена форма. Течността се налива малки чаши (както нанизаната на дръжката на лопатата, така и разположените върху масата), които съответстват на представата за ракиени, а не на винени. Формата и вида на бутилката и етикета визуално не се различават от тази на ракиената бутилка, а за зрителя е невъзможно да разчете друг надпис, освен наименованието на предлагания продукт „Грозден“. В контекста на изложеното, съдът намира, че цялостното впечатление от използваните в обсъжданата реклама цветове, символи, телевизионен монтаж, бърза смяна на планове, съчетанието между изобречението на бутилка с етикет „Грозден“ и консумирането на налятата от нея прозрачна течност в малки чаши със салата, в съвкупност представляват пряко търговско послание, насърчаващо покупката и консумацията именно на спиртна



напитка - ракия. Законът конкретно определя, коя е допустимата реклама на алкохолни напитки – „непряка реклама“, тази, която „използва име или фабрична марка на алкохолна напитка, както и име или фабрична марка на производител на алкохолни напитки“, но без да показва пряко продукти и стоки, които са алкохолни напитки. Без значение са използваните изобразителни похвати и дали са заличени или видими шрихите и надписите върху етикета на бутилката, тъй като безспорно се изгражда цялостно визуално впечатление за съдържаща алкохолна напитка бутилка с посочени вид и марка.

С оглед гореизложеното настоящият състав приема, че дружеството-жалбоподател в качеството си на телевизионен оператор е нарушило административната забрана на чл. 55, ал. 1 ЗЗдр., като е излъчило пряка реклама на алкохолна спиртна напитка.

Това нарушение е извършено на 29.04.2009 г. от телевизионния оператор в рамките на едногодишни срок от санкционирането му за деяние от същия вид с НП № 7/20.03.2007 г., издадено от председателя на СЕМ, влязло в сила на 10.11.2008 г., и с НП № 8/23.02.2006 г., влязло в сила на 08.08.2008 г. – за нарушаване забраната на чл. 55, ал. 1 ЗЗдр., поради което процесното е осъществено при условията на повторност по смисъла на § 1, т. 5 ДР от ЗЗдр.

Тъй като нарушението е извършено от юридическо лице, въпросът за неговата субективна страна не следва да бъде обсъждан, защото в случая се касае за ангажиране на отговорност, която е обективна и безвиновна, чрез налагане на имуществена санкция по чл.83 от ЗАНН. От това следва и извода, че при реализирането ѝ не следва да се анализира липсата, респективно наличието на вина у представляващия дружеството или у други лица, свързани с осъществяване на дейността му, нито да се определя нейната форма

Наложената на жалбоподателя - телевизионен оператор имуществена санкция, е определена съгласно чл. 27, ал. 1 от ЗАНН в законоустановения абсолютен размер за този вид нарушения, съгласно чл. 218, ал. 6 ЗЗдр. (според редакцията, действала към датата на извършване на нарушението, идентична по съдържание и размер с разпоредбата на чл. 218, ал. 7 ЗЗдр. влязла в сила на 02.06.2009 г.), поради което съдът не коментира индивидуализацията ѝ.

По изложените съображения съдът приема, че атакуваното наказателно постановление е законосъобразно и следва да бъде потвърдено.

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

### РЕШИ:

**ПОТВЪРЖДАВА** наказателно постановление № 30/23.06.2009 г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии, с което на „Нова телевизия – Първи частен канал“ АД, гр. София, като телевизионен оператор е наложена имуществена санкция в размер на 10 000 лв., на основание чл. 218, ал. 6 от Закона за здравето за извършено повторно нарушение на чл. 55, ал. 1 ЗЗдр.

Решението подлежи на касационно обжалване пред Административен съд – София в 14-дневен срок от съобщението.

РАЙОНЕН СЪДИЯ:

