

РЕШЕНИЕ № 234250
гр. София, 10.10.2017 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

СОФИЙСКИ РАЙОНЕН СЪД, НАКАЗАТЕЛНО ОТДЕЛЕНИЕ,
135-и състав, в публично заседание на двадесет и девети септември, през
две хиляди и седемнадесета година, в състав:

Председател: ТАНКА ЦОНЕВА

при участието на секретаря Зорница Апостолович, като разгледа докладваното от съдията **НАХД № 6009** по описа за **2017** година, за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 59 и следващите от ЗАНН.

Образувано е по жалба на «Нова Броудкастинг Груп» АД, с ЕИК 832093629 със седалище и адрес на управление гр. София 1592, район «Искър», бул.»Христофор Колумб» № 41, ет.6, представлявано от Дидие Жорж Филип Щосел в качеството му на Изпълнителен директор чрез пълномощника му -юрк. против наказателно постановление № РД-10-26/07.03.2017 г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии, с което за нарушение на чл.89, ал.1 ЗРТ и на основание чл.126, ал.1 вр.ал.3 чл.127, ал.2 ЗРТ, на дружеството жалбоподател е наложено административно наказание „имуществена санкция” в размер на 6000 (шест хиляди) лева.

В жалбата се излагат съображения, че нарушението за което е ангажирана административно –наказателната отговорност на дружеството жалбоподател не било извършено. Акцентиращ се на обстоятелството, че в съставения акт за установяване на административно нарушение било посочено, че на 25.11.2016 г. в програмата на „Нова телевизия” в интервала от 07:00 до 08:00 часа били излъчени два рекламни блока с общо времетраене 12 мин. и 14 сек., а в издадено впоследствие наказателно постановление това времетраене било коригирано на 12 мин. и 12 сек.

Според изложеното в жалбата, тъй като сутрешният блок „Здравей България” се излъчвал на живо, възможно било в случая да се касае за просрочване на участие на живо, което от своя страна да е довело до наличие на съответни реклами –част от рекламен блок, който е бил планиран за излъчване в предходния часови пояс 06:00 до 07:00 часа да се излъчат в следващия рекламен блок от 07:00 до 08:00 часа. Възможно било предходният рекламен блок да е стартирал със закъснение,

доколкото сутрешния блок, който се излъчва на живо е продължил повече от предвиденото, поради наличието на важна информация, която да бъде съобщена на зрителите. Ето защо, според жалбоподателя настоящият случай следвало да се определи като маловажен такъв по смисъла на чл.28 ЗАНН.

На следващо място в жалбата се твърди, че на практика в действащото законодателство няма яснота относно определянето на понятието „даден едночасов период“, респ. „един астрономически час“, както и изричен акт на регулатора с указания в тази връзка към доставчиците на медийни услуги, което водело до правна несигурност и невъзможност за доставчиците да планират и позиционират адекватно рекламните си блокове.

Според изложеното в жалбата, не всяка форма на реклама и телевизионен пазар представлявали рекламен спот, респ.телепазарен спот по смисъла на ЕКТТ и ЗРТ, поради което и не всяка форма на реклама и телевизионен пазар трябвало да се калкулират при отчитането на 12 минути рекламни спотове и спотове за телевизионен пазар на час.

В жалбата се навеждат и доводи за допуснато нарушение на чл.52, ал.4 от ЗАНН, тъй като не били обсъдени в пълнота от административно – наказващия орган, възраженията направени от жалбоподателя срещу съставения АУАН, което процесуално нарушение било самостоятелно основание за отмяна на атакуваното наказателно постановление.

По изложените съображения се отправя молба към съда да постанови решение, с което да отмени атакуваното наказателно постановление, като незаконосъобразно и неправилно.

В условията на алтернативност се излагат доводи за наличие на „маловажен случай“, като в конкретния казус следвало да намерят приложение Критериите за отграничаване на маловажните случаи при извършено нарушение на ЗРТ или други закони, прилагани от СЕМ, приети и утвърдени през 2010 г., респ. разпоредбата на чл.28 ЗАНН.

В проведените съдебни заседания пред настоящата инстанция жалбоподателят се представлява от юрк. _____, която поддържа жалбата. В дадения ход по същество излага подробни аргументи за отмяна на обжалваното НП.

Въззиваемата страна се представлява от юрк. _____, която оспорва жалбата. Развива подробни съображения в представените писмени бележки, в които взема отношение по всички възражения, изложени в жалбата, като намира същите за неоснователни и моли съда да потвърди издаденото НП, като правилно и законосъобразно.

Съдът, след като служебно провери обжалваното наказателно постановление, доводите на страните и събраните по делото доказателства приема за установено от фактическа страна следното:

На 25.11.2016 г. в сградата на СЕМ, св. _____, на длъжност главен инспектор в СЕМ в изпълнение на служебните си задължения да извършва мониторинг на дейността на медиите относно

спазване на разпоредбите на ЗРТ, извършил преглед на запис от Интегрираната система за мониторинг на СЕМ на програма „Нова телевизия” на доставчика на медийни услуги «Нова Броудкастинг Груп» АД, излъчена на същата дата. Същият констатирал, че на 25.11.2016 г. в предаването „Здравей България” в интервала от 07:00 до 08:00 часа са излъчени два обозначени рекламни блока. Първият от тях бил с времетраене 5:55 мин., а вторият с времетраене 6:19 мин., или с общо времетраене 12:14 мин., като в двата обозначени рекламни блока не се съдържали призови за обществени каузи, за благотворителност, държавни или общински съобщения, а само търговски съобщения.

Предвид обстоятелството, че общото времетраене на рекламите, излъчени в програмата на „Нова телевизия” на 25.11.2016 г. в периода от 07:00 до 08:00 часа било 12 минути и 14 секунди, с което се нарушавала разпоредбата на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ, съгласно която делът на рекламните спотове и спотовете за телевизионен пазар в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути, св. _____ съставил срещу доставчика на медийни услуги «Нова Броудкастинг Груп» АД Акт за установяване на административно нарушение № НД -01-03/04.01.2017 г., В АУАН св. Белов описал подробно времетраенето на всяка една реклама, включена в съответния рекламен блок, както и общата продължителност на същите.

АУАН бил съставен на 04.01.2017 г. по реда на чл. 40, ал. 2 от ЗАНН и връчен по реда на чл.43, ал. 4 от ЗАНН на 16.01.2017 г. на пълномощник на дружеството. В срока по чл. 44, ал. 1 от ЗАНН било депозирано писмено възражение срещу АУАН с вх. № НД-02-19-00-199-16/18.01.2017 г.

Въз основа на така съставения АУАН председателят на Съвета за електронни медии издал Наказателно постановление № РД-10-26/07.03.2017 г., предмет на обжалване в настоящето производство, с което за извършено нарушение по чл.89, ал.1 ЗРТ, на основание чл.126, ал.1 вр.ал.3 чл.127, ал.2 ЗРТ, на дружеството жалбоподател била наложена „имуществена санкция” в размер на 6000 (шест хиляди) лева. Извършвайки проверката по реда на чл.52, ал.4 от ЗАНН за законосъобразност и обосноваост на съставения АУАН, и след преглед на приложения запис, административно –наказващият орган установил, че в края на втория рекламен блок върху „каш –реклама” е излъчен спот на фотоепилатор „Филипс”, който не бил описан в АУАН. Между него и предходния спот имало 2 секунден каш „Нова”, който не следвало да бъде включен в отчетеното време. След приспадането му, времетраенето на втория рекламен блок ставало 6 мин. и 17 сек., вместо 6 мин. и 19 сек., определено от актосъставителя. Общото време за рекламите в анализирания часови пояс от 07:00 до 08:00 часа било 12 мин. и 12 сек., именно за което превишение от 12 сек. на рекламното време в едночасовия период е санкциониран жалбоподателя, а не за определеното от актосъставителя -12 мин. и 14 сек.

В издаденото НП нарушението е квалифицирано като „повторно” по смисъла на § 1, т. 33 от ДР на ЗРТ, поради което и на основание чл.126, ал.3 вр.ал.1 от ЗРТ на дружеството жалбоподател е наложена санкция в двоен размер, а именно 6000 лева.

Наказателното постановление било връчено на представител на жалбоподателя на 21.03.2017 г.

Изложената фактическа обстановка съдът приема за безспорно установена от писмените доказателства, приобщени по реда на чл. 283 от НПК, а именно: АУАН № НД -01-03/04.01.2017 г., вх. № НД-02-19-00-199-16/18.01.2017 г., известие за доставяне на НП, Решение № РД-05-79/09.05.2016 г. на СЕМ, Заповед № РД-13-28/09.05.2016 г. на председател СЕМ, писмо на СЕМ до «Нова Броудкастинг Груп» АД изх. № НД -02-19-00-234-15/19.01.2016 г., писмо на СЕМ до «Нова Броудкастинг Груп» АД изх. № НД -02-19-00-30/03.08.2015 г., НП № РД-10-8/03.02.2015 г., РД -10-7/03.02.2015 г., издадени от председателя на СЕМ срещу «Нова Броудкастинг Груп» и влезли в законна сила, Решение № 1324/29.02.2016 г. на АССГ, XV касс.състав; заключенията на допуснатите и приети по делото СТЕ и допълнителна СТЕ; както и от гласните доказателствени средства.

В рамките на доказателствената съвкупност и на плоскостта на правнорелевантните факти, според съда не се очертават противоречия, при това притежаващи белезите на съществени такива, поради което и съдът не намира за нужно да излага подробни съображения, представляващи анализ на доказателствата.

Съдът кредитира с доверие показанията на св. . . . и св. . . . извършили преглед на времетраенето на съответните рекламни блокове, възприемайки ги като обективни, безпротиворечиви и кореспондиращи на констатациите в съставения от св. . . . акт за установяване на административно нарушение.

Съдът цени заключенията на назначените в хода на делото съдебно-техническа и допълнителна съдебно-техническа експертиза, като компетентни и обективни, даващи обосновани отговори на поставените въпроси. От експертните заключения безспорно се установява индивидуалната продължителност на рекламите, включени в двата рекламни блока, и общото времетраене на същите -12 мин. и 12 сек., каквото време е отразено и в обжалваното НП.

От приложените към материалите на делото заверени копия от НП № Р-10-7/03.02.2015 г. и Решение № 1324/29.02.2016 г. на АССГ, XV касационен състав, се установява фактът на издаване на НП № Р-10-7/03.02.2015 г. от председателя на СЕМ и моментът на влизането му в сила - на 29.02.2016 г.

Съдът кредитира изцяло събраните по делото писмени доказателства, тъй като същите изхождат от съответните компетентни органи и няма основания за поставянето им под съмнение.

Въз основа на така възприетата фактическа обстановка, съдът прави следните правни изводи:

По допустимостта на жалбата, съдът намира, че същата изхожда от легитимирано лице и е срещу акт, който подлежи на обжалване. Жалбата е подадена в срока по чл.59, ал.2 от ЗАНН, поради което последната е процесуално допустима.

Съгласно разпоредбата на чл. 63, ал.1 от ЗАНН, в това производство районният съд следва да провери законността на обжалваното НП, т.е. дали правилно е приложен както процесуалния, така и материалния закон, независимо от основанията, посочени от жалбоподателя – арг. от чл. 314, ал.1 от НПК, вр. чл. 84 от ЗАНН.

В изпълнение на това свое правомощие съдът констатира, че съставеният АУАН и оспорваното наказателно постановление са издадени от компетентни органи, в предвидената от закона писмена форма и съдържание, както и при спазване на предвидения процесуален ред. Нарушението е констатирано от длъжностно лице на Съвета за електронни медии –св. – главен инспектор в СЕМ, на който със Заповед № РД -13-28/09.05.2016 г. на председател СЕМ е вменено задължението да съставя актове за установяване на административни нарушения на доставчиците на медийни услуги. Наказателното постановление, в съответствие с разпоредбата на чл. 127, ал. 2 от ЗРТ е издадено от председателя на СЕМ, избран с решение № РД -05-79/09.05.2016 г. на СЕМ.

Спазени са давностните срокове, визирани в разпоредбата на чл.34, ал.1 и ал.3 от ЗАНН. Налице е редовна процедура по връчването на АУАН и НП на жалбоподателя.

Настоящият съдебен състав не споделя изложеното в жалбата за липса на яснота относно начина на определяне на времевия отрязък на рекламните блокове, като не споделя и становището на процесуалния представител на жалбоподателя, че в конкретния случай е възможно различно тълкуване на понятието „едночасов период” и административно-наказващият 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 по какъв начин е определен този период.

Съгласно Европейската конвенция за трансгранична телевизия (ратифицирана със закон, обн. ДВ, бр.117/10.12.1997 г., в сила от 01.07.1999 г., изменена с протокол от 09.09.1998 г., ратифициран със закон, обн. ДВ бр.7/25.01.2000 г.), чл.12- времетраенето на рекламните и телепазарните стопове в един астрономически час не следва да надхвърля 20 на сто. Като част от вътрешното право, по силата на чл.5, ал.4 от КРБ, нормата обвързва задължените лица и не е необходим изричен акт на СЕМ към доставчиците, с указание за прилагането ѝ.

В отговор на конкретните съображения от защитната теза на санкционираното лице, развита в жалбата, поддържана от процесуалния

представител на жалбоподателя и в хода на съдебното производство пред настоящата инстанция, следва да се отбележи, че националният законодател, въвеждайки изискването, инкорпорирано в съдържанието на разпоредбата на чл. 89, ал.1 ЗРТ, а именно, че "делът на рекламните спотове и спотовете за телевизионен пазар в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути", на практика е в синхрон със стандартите, заложили в законодателството на Европейския съюз, конкретно от гл.т. правилото, предвидено в разпоредбата на чл. 18 Директива (89/552/ЕИО) на Европейския парламент и на Съвета от 3 октомври 1989 г., изменена с Директива 2007/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2007 г., отменена с Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 г., но при положение, че съдържанието на чл. 23 от последната е идентично с това на чл. 18 от отменената Директива.

Това е така, защото дадената оперативна самостоятелност на държавите членки да определят измерването на едночасовия период при отчитане на продължителността на рекламните спотове в никакъв 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. 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. Такава е и житейската логика при форматиране на програмата на телевизиите, а именно предаванията да започват на кръгъл час.

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, обективизирани 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. 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 или така приетият астрономически (кръгъл) час.

В този смисъл, не са налице и несъответствия между действията на административнонаказващия орган и цитираните по –горе нормативни 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. Това се установява, както от посоченото в АУАН и НП, така и от показанията на разпитаните свидетели, според които всички описани в АУАН, респ. в НП търговски съобщения носят характеристиката на реклама. Доставчикът е изпълнил задължението си за отграничаване на рекламата, като е обособил рекламните спотове в два рекламни блока.

Освен това, разпоредбата на чл.90, ал.2 ЗРТ дава право БНТ да използва до една трета от общия обем на рекламното време за денонощието в часовия пояс от 19:00 до 22:00 часа. Определяйки по този начин часовия отрязък, законодателят безспорно е определил начина на измерване в така наречения „прайм тайм” (най –гледаното време) да се извършва на астрономически час – от 19:00 до 20:00 ч., от 20:00 до 21:00 ч. и т.н.

На следващо място, съдът не споделя и възражението на жалбоподателя за допуснато нарушение по чл.52, ал.4 от ЗАНН. В случая подробно са обсъдени от административно –наказващия орган, направените от жалбоподателя възражения, като на същите е даден аргументиран отговор. След извършване на преглед на записа и самостоятелно измерване на времетраенето на рекламите, включени в двата рекламни блока, АНО е извършил корекция на времетраенето на втория рекламен блок и съответно общото времетраене на двата рекламни блока.

Според настоящия съдебен състав необсъждането или не пълното обсъждане на възраженията срещу акта, макар и да е нарушение на процесуалните правила, не е от категорията на същественият, когато в НП са изложени подробни мотиви относно обстоятелствата по извършване на нарушението и съставомерността му, както и описание на доказателствата, които подкрепят направените изводи.

От събраните по делото доказателства, обсъдени по-горе, безспорно се установява, че жалбоподателят «Нова Броудкастинг Груп» АД е извършил вмененото му нарушение. Последният в качеството си на доставчик на медийни услуги е нарушил забраната на ЗРТ, делът на рекламните спотове и спотовете за телевизионен пазар в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути, като е излъчил търговски съобщения в програмата на „Нова телевизия” на 25.11.2016 г. в периода от 07:00 до 08:00 часа с общо времетраене 12 минути и 12секунди, с което е осъществил от обективна страна състава на нарушението по чл.89, ал.1 ЗРТ.

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 рекламирация 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 изброените в АУАН и наказателното постановление спотове притежават характеристиките на реклама по смисъла на чл. 74 от ЗРТ.

Тъй като отговорността на юридическите лица е «безвиновна», обективна отговорност, съдът не следва да обсъжда субективния елемент от състава на административното нарушение по чл.89, ал.1 ЗРТ.

Деянито е извършено при условията на повторност по смисъла на § 1, т. 33 от ДР на ЗРТ, съгласно който: "повторно нарушение" е нарушението, извършено в едногодишен срок от влизането в сила на наказателното постановление, с което е наложено наказание за същото по вид нарушение.". В конкретния случай нарушението е извършено на 25.11.2016 г., а с влязло в сила на 29.02.2016 г. НП № РД-10-7/03.02.2015 г., издадено от председателя на СЕМ, на основание чл. 126, ал. 1 ЗРТ на дружеството - жалбоподател е наложена имуществена санкция от 3 000 лева за нарушение на чл. 89, ал. 1 ЗРТ.

Според съда извършеното нарушение не представлява маловажен случай по смисъла на чл.28 ЗАНН. Именно, поради формалния характер на нарушението, съдът намира, че конкретният случай не се отличава с по-ниска степен на обществена опасност от обикновените случаи на нарушения от този вид. С оглед на това, със самото осъществяване на нарушението, обществените отношения, обект на защита от разпоредбата на чл.89, ал.1 ЗРТ са застрашени. В случая не може да се пренебрегне и фактът, че нарушението е извършено в условията на повторност, както и че с приложените към материалите на делото писма на СЕМ до «Нова Броудкастинг Груп» АД, изх. № НД -02-19-00-30/03.08.2015 г. и изх.№ НД-02-19-00-234/15/19.01.2016г. за аналогични нарушения административно –наказващият орган е приел, че са налице предпоставките на чл.127, ал.3 ЗРТ вр.чл.28, б.»а» от ЗАНН и е определил

случая като маловажен, като е предупредил «Нова Броудкастинг Груп» АД, че при последващо констатиране на нарушение по чл.89, ал.1 ЗРТ, на доставчика на медийни услуги ще бъде наложена имуществена санкция.

При индивидуализация на предвиденото административно наказание, АНО е наложил същото в неговия двоен размер, съгласно разпоредбата на чл.126, ал.3 вр.ал.1 от ЗРТ, поради което за съда не съществува възможност да го ревизира.

По изложените съображения съдът намира подадената жалба за неоснователна, а обжалваното наказателно постановление за законосъобразно, обосновано и правилно, поради което следва да бъде потвърдено изцяло.

Предвид изхода на делото и на основание чл.84 ЗАНН вр.чл.189, ал.3 НПК, в тежест на жалбоподателя следва да бъдат възложени и сторените в производството разноси – 300 (триста) лева – възнаграждение на вещото лице за изготвените експертизи. На основание чл.190, ал.2 НПК жалбоподателят следва да заплати и 5 (пет) лева за служебно издаване на изпълнителен лист по сметка на съда, ако разноските не бъдат заплатени доброволно.

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

РЕШИ:

ПОТВЪРЖДАВА Наказателно постановление № РД-10-26/07. 03.2017 г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии, с което за нарушение на чл.89, ал.1 ЗРТ и на основание чл.126, ал.3 вр.ал.1 вр.чл.127, ал.2 ЗРТ на «Нова Броудкастинг Груп» АД, с ЕИК 832093629 е наложено административно наказание „имуществена санкция” в размер на 6000 (шест хиляди) лева.

ОСЪЖДА жалбоподателят «Нова Броудкастинг Груп» АД, с ЕИК 832093629 да заплати в полза на бюджета на съдебната власт и по сметка на СРС сумата от 300 (триста) лева, разноси по делото; както и сумата от 5,00 (пет) лева държавна такса за издаването на един брой изпълнителен лист, но дължими само в случай, че при влизане на решението в сила, разноските, не бъдат заплатени доброволно.

РЕШЕНИЕТО подлежи на обжалване с касационна жалба пред Административен съд София-град, в 14-дневен срок от съобщението за изготвянето му от страните.

РЕШЕНИЕТО Е ВЛЯЗЛО В ЗАКОННА
СИЛА НА.....06.08.2017г.

РАЙОНЕН СЪДИЯ:
ДЕЛОВОДИТЕЛ:

ВЯРНО СЪОБЩАВАМ
ДЕЛОВОДИТЕЛ.

РЕШЕНИЕ

№ 638

гр. София, 06.02.2018г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, XIX КАСАЦИОНЕН
СЪСТАВ**, в публично заседание на 12.01.2018 г. в следния състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ: Катя Аспарухова

ЧЛЕНОВЕ: Мария Ситнилка

Елка Атанасова

при участието на секретаря Мая Миланова и при участието на прокурора Куман Куманов, като разгледа дело номер **12564** по описа за **2017** година докладвано от съдия Катя Аспарухова, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 208 и сл. от Административнопроцесуалния кодекс (АПК), вр. чл. 63, ал. 1 от Закона за административните нарушения и наказания (ЗАНН).

С решение № 234250 от 10.10.2017г. по НАХД № 6009/2017г. на СРС, НО, 135-ти състав е потвърдено наказателно постановление (НП) № РД-10-26 от 07.03.2017г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии (СЕМ) за нарушение на разпоредбата на чл. 89, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), за което на основание чл. 126, ал. 1, във вр. ал. 3 от ЗРТ е наложено на „Нова Броудкастинг Груп“ АД с ЕИК 832093629 административно наказание – „имуществена санкция“ в размер на 6000 лева.

Срещу постановеното решение е подадена касационна жалба от „Нова Броудкастинг Груп“ АД с оплаквания за неправилност поради нарушения на материалния закон и процесуалните правила.

В съдебно заседание касаторът, чрез юрк. поддържа касационната жалба. Моли решението на СРС да се отмени като неправилно и да се постанови ново, с което да се отмени НП. Представя писмени бележки.

Ответникът – СЕМ, чрез процесуалния си представител юрк. оспорва касационната жалба.

Прокурорът от СГП дава заключение, че касационната жалба е неоснователна. Моли решението на въззивната инстанция да се остави в сила.

След като се запозна с обжалваното съдебно решение, обсъди наведените касационни основания, доводите на страните и доказателствата по делото, Административен съд София – град, Деветнадесети касационен състав, след съвещание, намира за установено от фактическа и правна страна следното:

По допустимостта на касационната жалба:

Административен съд София – град намира, че касационната жалба е допустима, като подадена от надлежна страна по смисъла на чл. 210, ал. 1 АПК, във вр. чл. 63, ал. 1, изр. 2 ЗАНН, в преклузивния 14-дневен срок по чл. 211, ал. 1 АПК, във вр. чл. 63, ал. 1, изр. 2 ЗАНН и срещу съдебно решение, подлежащо на касационен контрол.

По съществото на касационната жалба:

Разгледана по същество - касационната жалба е неоснователна и не са налице наведените касационни основания.

В производството пред СРС е установено, че на 25.11.2016 г. в сградата на СЕМ, св. _____ на длъжност главен инспектор в СЕМ в изпълнение на служебните си задължения да извършва мониторинг на дейността на медиите относно спазване на разпоредбите на ЗРТ, извършил преглед на запис от Интегрираната система за мониторинг на СЕМ на програма „Нова телевизия“ на доставчика на медийни услуги „Нова Броудкастинг Груп“ АД, излъчена на същата дата. Същият констатирал, че на 25.11.2016 г. в предаването „Здравей България“ в интервала от 07:00 до 08:00 часа са излъчени два обозначени рекламни блока. Първият от тях бил с времетраене 5:55 мин., а вторият с времетраене 6:19 мин., или с общо времетраене 12:14 мин., като в двата обозначени рекламни блока не се съдържали призови за обществени каузи, за благотворителност, държавни или общински съобщения, а само търговски съобщения.

Предвид обстоятелството, че общото времетраене на рекламите, излъчени в програмата на „Нова телевизия“ на 25.11.2016 г. в периода от 07:00 до 08:00 часа било 12 минути и 14 секунди, с което се нарушавала разпоредбата на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ, св. _____ съставил АУАН № НД -01-03/04.01.2017 г., а въз основа на него било издадено и процесното НП.

При провеждане на съдебното следствие пред СРС е назначена съдебно-техническа и допълнителна съдебно-техническа експертиза, от заключенията на които се установява индивидуалната продължителност на рекламите, включени в двата рекламни блока, и общото времетраене на същите -12 мин. и 12 сек.

За да постанови обжалваното решение въззивният съд е приел от правна страна, че както в АУАН, така и в НП е описано пълно и точно извършеното нарушение, обстоятелствата при които е осъществено и законните разпоредби, които са нарушени.

Настоящият касационен състав напълно споделя мотивите на РС, че издаденият АУАН и наказателно постановление съдържат изискуемите реквизити и отговарят на изискванията на чл. 42 и 57 от ЗАНН.

Правилно е приложен и материалния закон, а доводите на касатора за неправилно приложен метод за измерване продължителността на рекламните спотове са неоснователни. Тезата на касатора, че визирият в чл. 89 ЗРТ едночасов период не обхваща един астрономически час, а плаващ едночасов период, започващ от дадена минута и завършващ в същата минута на следващия час, не намира опора в законодателството. 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 12.01.2000г. - ДВ, бр. 7 от 25.01.2000г./ изрично е посочено, че съгласно чл. 12 от Конвенцията 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. Следователно едночасовият период представлява астрономически час, а допустимото време за реклама е максимум 12 минути. По делото е безспорно установено, че рекламното време в интервала между 07:00ч. и 80:00ч. на 25.11.2016г. е надхвърлило допустимите 12 минути. Това, че е налице разминаване между визирания в НП период на рекламите от 12 мин. и 14 сек. и съдебно-техническата експертиза, която е установила времетраене на рекламите от 12 мин. и 12 сек., не представлява съществено процесуално нарушение, поради което правилно е ангажирана административно-наказателната отговорност на дружеството.

Наказанието е наложено в двоен размер, поради констатирана повторност на нарушението. Не е налице маловажност по чл. 28 от ЗАНН, а размерът на наказанието напълно съответства на целите заложи в чл. 12 от ЗАНН.

С оглед изложеното решението на СРС като правилно и законосъобразно следва да се остави в сила.

Воден от горното на основание чл. 221, ал. 2, пр. 1 АПК, във връзка с чл. 63, ал. 1, изр. 2 ЗАНН, Административен съд София – град, XIX касационен състав

РЕШИ:

ОСТАВЯ В СИЛА решение № 234250 от 10.10.2017г. по НАХД № 6009/2017г. на СРС, НО, 135-ти състав.

РЕШЕНИЕТО е окончателно и не подлежи на обжалване ~~W/до~~тест.

ПРЕДСЕДАТЕЛ

ЧЛЕНОВЕ: 1.
2.

