

# РЕШЕНИЕ

№ 4481

гр. София, 01.07.2022 г.

## В ИМЕТО НА НАРОДА

**АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД - СОФИЯ-ГРАД, VII КАСАЦИОНЕН СЪСТАВ,**  
в публично заседание на 03.06.2022 г. в следния състав:

**ПРЕДСЕДАТЕЛ: Ралица Романова**

**ЧЛЕНОВЕ: Калина Пецова**

**Георги Терзиев**

при участието на секретаря Елица Тодорова и при участието на прокурора Милен Ютеров, като разгледа дело номер **3100** по описа за **2022** година докладвано от съдия Георги Терзиев, и за да се произнесе взе предвид следното:

Производството е по реда на чл. 208-228 от Административно - процесуалния кодекс (АПК) във вр. чл. 63в от Закона за административните нарушения и наказания (ЗАНН).

Образувано е по касационна жалба на [фирма] против Решение № 20013756 от 16.02.2022 г., постановено по НАХД № 6032/2021 г. по описа на Софийския районен съд, Наказателно отделение, 131- ви състав. С посочения съдебен акт е потвърдено Наказателно постановление № РД-10-22/26. 06. 2018 г. на председателя на Съвета за електронни медии, с което на [фирма] на основание чл. 126, ал. 1 във връзка с ал. 3, във връзка с чл. 127, ал. 2 от Закона за радиото и телевизията /ЗРТ/ е наложена имуществена санкция в размер на 6000 (шест хиляди) лева за нарушение на чл. 89, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията.

С касационната жалба се релевират основания по чл. 348, ал. 1, т. 1 и т.2 НПК - нарушение на материалния закон и процесуалните правила.

В съдебно заседание касаторът, чрез юрк. Г. поддържа жалбата. Претендира присъждането на разноски.

Ответникът – Съветът за електронни медии, чрез юрк. Д. оспорва касационната жалба. Моли решението на СРС да се остави в сила.

Прокурорът от СГП дава заключение, че касационната жалба е основателна и

доказана.

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 съществуването на касационната жалба:

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

В производството пред СРС е установено, че в [фирма] е търговско дружество регистрирано в Република България, с ЕИК[ЕИК], със седалище и адрес на управление в [населено място], [улица], ет. 6. Дружеството било доставчик на медийни услуги по смисъла на чл.2 от ЗРТ, и по-специално на аудиовизуални такива, чрез няколко телевизионни канала.

На 19.03.2018г. в рамките на излъчвана от доставчика телевизионна програма - „Нова Телевизия”, било излъчени предаването „Като две капки вода”, което обхванало и часовия интервал 22.00 до 23.00 часа на посочената дата. В рамките на същото седем пъти на екрана, паралелно с излъчване на самото предаване се появяват рекламни спотове на минерална вода "Б.", означени с надпис "реклама", с общо времетраене 1 минута и 37 секунди, с темпорално позициониране и продължителност както следва: от 22:13:06 до 22:13:11 5 секунди, от 22:29:43 до 22:29:59-16 секунди, от 22:30:57 до 22:31:12-15 секунди, от 22:32:18 до 22:32:33- 15 секунди, от 22:33:03 до 22:33:19-16 секунди, от 22:33:37 до 22:33:52-15 секунди, от 22:48:47 до 22:49:02-15 секунди. За времето от 22:29:16 до 22:29:24 часа, пък на фона на предаването бил излъчен рекламен спот с продължителност 8 секунди, който включвал изображение на лотариен билет и лого "Национална лотария".

Наред с вградените рекламни спотове в рамките на посоченото телевизионно предаване били излъчени и два рекламни блока, отделени с лого на "Нова Телевизия" и надпис "реклама". Първият бил излъчен за времето от 22:22:20 до 22:28:11, с обща продължителност 4 минути и 51 секунди и следното съдържание- реклами на лотариен билет "Американски долари", хранителна верига Т-маркет, алкохолна напитка "Б.", котешка храна, магазин "Д.", верига за бързо хранене "К.", прахосмукачка "Р.", сладкарски изделия, лекарствен продукт, телевизионна услуга от М., туристическа услуга, водка "П.", магазин "Каууфланд", шоколадови бонбони, електронен магазин за обувки, бира "К.", лекарствен продукт, банка "ДСК".

Вторият рекламен блок, нарочно отделен от останалата част от предаването бил излъчен за времето от 22:39:58 до 22:44:56, с времетраене 4 минути и 58 секунди, и включвал следното рекламно съдържание- реклама на банка "П.", бира "С. А.", козметичен продукт, бонбони "Т.", лотариен биле "Златните пирамиди за милиони 2", включващ интервю със спечелил участник и със собственик на търговски обект, от който е закупен билета, електронен магазин, банка "ДСК", бира "А.", магазин "Д.", шоколадов десет, лекарствен продукт, безалкохолна напитка.

Поради това, за извършено нарушение на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ на дружеството бил съставен АУАН № НД-01-24/ 08. 05. 2018 г., въз основа на който било издадено и Наказателно постановление № РД-10-22/26. 06. 2018 г. на председателя на Съвета за електронни медии, с което на [фирма] на основание чл. 126, ал. 1, във връзка с ал. 3, във връзка с чл. 127, ал. 2 от Закона за радиото и телевизията е наложена имуществена

санкция в размер на 6000 (шест хиляди) лева за нарушение по чл. 89, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията.

От правна страна съдът е приел, че е доказано извършването на нарушението по чл. 89, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията, като е потвърдил обжалваното наказателно постановление.

Решението е правилно.

Съгласно чл. 126, ал. 1 ЗРТ за нарушение на разпоредбата на чл. 89, ал. 1 от ЗРТ на доставчиците на медийни услуги се налага имуществена санкция от 3000 до 20 000 лв. Съгласно ал. 3 на същата разпоредба при повторност имуществената санкция е в двоен размер.

По смисъла на цитираната за неспазена норма „делът на рекламните спотове и спотовете за телевизионен пазар в даден едночасов период не може да надхвърля 12 минути“. В конкретния случай се констатира, че на 19.03.2018 г. в интервала от 22.00 ч. до 23.00 ч. са излъчени два обозначени рекламни блока в посочения часови пояс с общо времетраене за двата рекламни блока от 12 минути и 34 секунди, което обосновава се краен извод, че с излъчването на рекламните блокове се надвишава допустимата продължителност по чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

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 Директива 2007/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2007 година за изменение на Директива 89/552/ЕИО 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/ЕИО, така както е изменена с настоящата директива, с продължителност не повече от дванадесет минути. Директива 89/552/ЕИО е транспонирана във вътрешното ни законодателства предвид § 1а, т. 1 от ДР на ЗРТ.

В ДР на ЗРТ няма 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 случая следва да намери приложение чл. 16 от 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., в сила от 1.03.2002 г.), в който 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 С. към доставчиците на медийни услуги с указание за прилагането ѝ. С оглед горното съдът приема, че едночасовият период представлява астрономически час - период от 60 последователни минути, частен случай на който е часът започнал в минута 0 и завършил в минута 59, в настоящия казус 22:00-23:00ч. Допустимото време за реклама в рамките на този период е максимум 12 минути, което изискване не е спазено от [фирма].

Правилно дружеството е санкционирано за повторно извършено нарушение съгласно чл. 126, ал. 3 от ЗРТ. Съгласно пар. 1, т. 33, повторно е нарушението извършено в

едногодишния срок от влизането в сила на НП за същото нарушение. НП № РД-10-26/07.03.2017 г. е потвърдено с решение на АССГ на 06.02.2018 г., а настоящото НП е издадено на 26.06.2018 г., което се явява в одногодишния срок.

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

**РЕШИ:**

ОСТАВЯ В СИЛА Решение № 20013756 от 16.02.2022 г., постановено по НАХД № 6032/2021 г. по описа на Софийския районен съд, Наказателно отделение, 131- ви състав.

РЕШЕНИЕТО е окончателно и не подлежи на обжалване и протест.

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

ЧЛЕНОВЕ:1.

2.