

РЕШЕНИЕ

гр.София, 24.07.2017 г.

В ИМЕТО НА НАРОДА

СОФИЙСКИ РАЙОНЕН СЪД, НО, 20 състав, в публичното заседание на тринадесети април две хиляди и седемнадесета година, в състав :

Председател : ЕМАНУЕЛА КУРТЕВА

при участието на секретаря Димитрина Димитрова, като разгледа докладваното от съдия Куртева НАХД №3165/2017 г. по описа СРС, за да се произнесе, взе предвид следното:

Производството е по реда на чл.59-63 от ЗАНН.

Образувано е по жалба на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД, представлявано от пълномощника на Дружеството , против наказателно постановление /НП/ № РД-10-10/17.01.2017 г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии /СЕМ/, срещу „БТВ Медиа Груп“ – доставчик на медийни услуги, представлявано само заедно от двамата от членовете на Управителния съвет Флориан Скала, Давид Щепан и Едмунд Апшелт, предвид съставен на 28.09.2016 г. акт за установяване на административно нарушение /АУАН/ №НД-01-52, за това, че на 27.07.2016 г., в интервала от 18.00 до 19.00 часа са излъчени пет рекламни блока и трейлър на игрален филм „Дим да ни няма“ с общо времетраене 12 минути и 28 секунди:

Първият обозначен рекламен блок – излъчен от 18:01:02 ч. до 18:04:22 ч., с обща продължителност 3 минути и 20 секунди и следното съдържание: боя за коса „Palette Schwartzkopf“, продукти „Верея“, течен препарат „Medix Alvina“, универсални тигани и други домакински съдове „Delimano Delicia“, освежаваща напитка „Nestea“;

Вторият обозначен рекламен блок – излъчен от 18:14:35 ч. до 18:18:01 ч., с обща продължителност 3 минути и 26 секунди и следното съдържание: пяна за интимна хигиена „Гинекс“, младо пиво „Пиринско“, депилатор „Vest“, сладоледи „Familia“ – „Nestle“, апаратче против вредители „Pest Repeller“ – „Top Shop“;

Трети обозначен рекламен блок – излъчен от 18:41:27 ч. до 18:44:22 ч., с обща продължителност 2 минути и 55 секунди и следното съдържание: продукти за коса „Le Petit Marseillais“, препарат за почистване „Medix“, сметанов сладолед „Old Time“ от „Изида“, обувки и стелки от „Walkmaxx“ и „Top Shop“;

От 18:44:26 ч. до 18:44:59 ч. е излъчен трейлър на игралния филм „Дим да ни няма“ с продължителност 33 секунди;

Четвърти обозначен рекламен блок – излъчен от 18:55:39 ч. до 18:57:21 ч., с обща продължителност 1 минута и 42 секунди и следното съдържание: бира

„Каменица”, жилищен кредит от Райфайзен банк, лекарствен препарат без рецепта „Имодиум”, сладоледи ”Familia” – „Nestle”;

Пети обозначен рекламен блок – излъчен от 18:58:28 ч. до 18:59:00 ч., с обща продължителност 32 секунди и следното съдържание: намаления на „MTel”, кафета с награди „Jacobs”,

като с излъчването на тези търговски съобщения е нарушен чл.89,ал.1 от Закона за радиото и телевизията /ЗРТ/ - делът на рекламните спотове и телепазарните спотове в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути, като нарушението е при условията на повторност /връзка влезли в сила преди 27.07.2016 г. в едногодишен период НП с №№ РД-10-9/03.02.2015 г., РД-10-14/03.02.2015 г., РД-10-15/03.02.2015 г., РД-10-19/03.02.2015 г., РД-10-22/10.02.22/10.02.2015 г., РД-10-25/10.02.2015 г./, поради което и на основание чл.126,ал.1,вр.ал.3, вр.чл.127,ал.2 от ЗРТ е наложена имуществена санкция в размер на 6 000 лева.

В законовопосочения срок е депозирано от „БТВ Медиа Груп” ЕАД пред административнонаказващия орган писмено възражение срещу АУАН, в което е написано, че в АУАН не е описано извършеното нарушение според изискванията на ЗАНН, както и неоснователно е включено в ограничението от 12 минути самопромоцията на игралния филм „Дим да ни няма”, който е в промо блок и в края на съобщението е посочено, че Дружеството е придобило права за излъчване в телевизионните програми и платформата voyo.bg., като съгласно чл.89,ал.2 от ЗРТ не следва да бъде включван в посоченото ограничение от 12 минути. Написано е и че не е нормативно определено как да се измерва едночасовият период и СЕМ не е дал указания за точното определяне на едночасовия период.

Недоволен от НП и наложената санкция „БТВ Медиа Груп” ЕАД е обжалвало наказателното постановление в законово посочения срок, чрез административно наказващия орган, пред СРС, с оглед на което жалбата е процесуално допустима.

В жалбата е направена молба НП да бъде отменено като незаконосъобразно, постановено в нарушение на материалноправните разпоредби и при съществено нарушение на процесуалните правила, за което са повторени доводите и твърденията, отразени във възражението срещу АУАН. Написано и че от административнонаказващия орган не е установено и доказано по безспорен начин наличие на извършено нарушение, както и че за първи път в ограничението от 12 минути е включена самопромоцията на филмово съдържание на горепосочения филм, без ясни критерии и указания от регулатора в тази насока и в противовес на практиката до тогава. Написано е също, че в конкретния случай, ако се приеме, че е нарушен едночасовия период, то следва да е приложима разпоредбата на чл.28 от ЗАНН.

В съдебно заседание жалбоподателят, редовно призован, се представлява от _____, която шледира НП да бъде отменено, за което сочи, че съгласно събраните по делото доказателства, практиката на административнонаказващия

орган е противоречива и непоследователна по отношение на доставчика „БТВ Медиа Груп“ ЕАД, във връзка с преценката в кои случаи следва да включва самопромоционалните съобщения за предстоящо филмово излъчване – като в някои случаи ги е преценявал като самопромоция и не ги е отчитал в ограничението на продължителността на рекламното време, а в други случаи е приемал, че същите следва да бъдат включени в това ограничение. Като санкциониращ орган СЕМ е следвало да укаже на доставчиците, в т.ч. и на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД всички търговски съобщения като вид, които той счита че следва да бъдат включени в тази продължителност от 12 минути, но такива изрични указания по отношение на прилагането на закона, същият не е издал. Преценката за даден вид търговски съобщения, в т.ч. и самопромоционално, следва да бъде извършена за всеки конкретен случай и за всеки отделен доставчик, тъй като съдържанието на самопромоционалните съобщения не е уредено в закона и всеки доставчик има правото свободно да определя неговото съдържание, и не е указано от страна на регулатора кои от тези самопромоционални съобщения, и по-специално филмовите трейлъри, следва да се считат като търговски съобщения, попадащи в ограничението на продължителността от 12 минути. Относно филмовия трейлър, процесуалният представител на жалбоподателят заявява, че след края му се появява съобщение, в което изрично се посочва, че доставчика на медийни услуги има изключителното право да излъчва конкретния филм в своите програми и нелинейните си медийни услуги, а причината да не се посочва срок на излъчването, се дължи на обстоятелството, че съгласно международната, а и българската практика съществува прозорец от минимум 6 месеца, в който вносителите на право на излъчване нямат право да излъчват съответното произведение в свои програми, а само за киноразпространение.

Въззиваемата страна, редовно призована, се представлява от юрисконсулт , която пледра ИИ да бъде потвърдено като законосъобразно и правилно, а жалбата срещу него да бъде отхвърлена като неоснователна и недоказана, като отбелязва, че рекламата на трейлъра има възмезден характер. По делото са представени писмени бележки/.

При проведения разпит на актосъставителя същата в показанията си излага фактическите обстоятелства, отразени в АУАН, като пояснява, че времето се измерва по два способа - от една страна в самия запис на излъченото предаване има таймер, който отразява реалното време, в което съответното предаване е било в ефир, като се засича началото и финала на обозначения блок с реклами, като освен това отделно се измерва и времетраенето на всички кадри и в конкретния случай в петте рекламни блока за времето от 18:00 до 19:00 часа отделните реклами следвали една след друга без паузи между тях. Относно рекламния трейлър на филма „Дим да ни няма“ казва, че той не е бил в рекламен блок, а отделно от него, като той не съдържа самопромоция на продукцията на медията, тъй като няма указания за излъчване в даден ден и час по „БТВ“, а напротив - има реклама за прожекции в кината, което се явява реклама на прожекции.

От събраните по делото писмени и гласни доказателства се установява безспорно, че по програма „БТВ” на 27.07.2017 г., в интервала от 18.00 до 19.00 часа били излъчени пет рекламни блока:

Първият обозначен рекламен блок – излъчен от 18:01:02 ч. до 18:04:22 ч., с обща продължителност 3 минути и 20 секунди и следното съдържание: боя за коса „Palette Schwarzkopf”, продукти „Верея”, течен препарат „Medix Alvina”, универсални тигани и други домакински съдове „Delimano Delicia”, освежаваща напитка „Nestea”;

Вторият обозначен рекламен блок – излъчен от 18:14:35 ч. до 18:18:01 ч., с обща продължителност 3 минути и 26 секунди и следното съдържание: пяна за интимна хигиена „Гинекс”, младо пиво „Пиринско”, депилатор „Veet”, сладоледи „Familia” – „Nestle”, апаратче против вредители „Pest Repeller” – „Top Shop”;

Трети обозначен рекламен блок – излъчен от 18:41:27 ч. до 18:44:22 ч., с обща продължителност 2 минути и 55 секунди и следното съдържание: продукти за коса „Le Petit Marseillais”, препарат за почистване „Medix”, сметанов сладолед „Old Time” от „Изида”, обувки и стелки от „Walkmaxx” и „Top Shop”;

Четвърти обозначен рекламен блок – излъчен от 18:55:39 ч. до 18:57:21 ч., с обща продължителност 1 минута и 42 секунди и следното съдържание: бира „Каменица”, жилищен кредит от Райфайзен банк, лекарствен препарат без рецепта „Имодиум”, сладоледи „Familia” – „Nestle”;

Пети обозначен рекламен блок – излъчен от 18:58:28 ч. до 18:59:00 ч., с обща продължителност 32 секунди и следното съдържание: намаления на „MTel”, кафета с награди „Jacobs”.

В същия едночасов интервал, извън тези рекламни блокове - от 18:44:26 ч. до 18:44:59 ч. бил излъчен трейлър на игралния филм „Дим да ни няма” с продължителност 33 секунди, като в края на промоционалното съобщение се съдържала информация, че „БТВ Медиа Груп” ЕАД е носител на отстъпени права за излъчване в телевизионните програми и в платформата voyo.bg., при налично споразумение за отстъпени права между „БТВ Медиа Груп” ЕАД и „Тандем филм” ЕООД, т.е. била налична информация, че доставчикът на медийни услуги „БТВ Медиа Груп” е придобил правата за разпространение на филма и за включването му в доставяните от БТВ линейни и нелинейни услуги.

На 28.07.2016 г., в изпълнение на служебните си задължения да следи за съответствия и нарушения на радио и телевизионните програми със ЗРТ, старши инспектор в СЕМ извършила мониторинг на тази телевизионна програма, при която след като констатирала, че общото времетраене на петте рекламни блокове и на трейлъра на филма „Дим да ни няма” за посоченото едночасово време от 18.00 ч. до 19.00 ч. е повече от нормативно предвиденото такова до 12 минути за един час, и че между отделните рекламни спотове няма паузи, които да бъдат изключени от общото времетраене на рекламния блок, преценила, че е извършено административно нарушение, за което на „БТВ Медиа Груп” ЕАД като доставчик на медийни услуги бил съставен на 28.09.2016 г. АУАН по реда на чл.40,ал.2 от ЗАНН, екземпляр от него бил получен на 24.10.2016 г. от изпълномощник на доставчика на медийни услуги, който в

законовоисчерпващия срок депозирал писмено възражение срещу АУАН. Въз основа на АУАН било издадено обжалваното НН, екземпляр от което бил получен от „БТВ Медиа Груп“ ЕАД на 08.02.2017 г., срещу което била подадена жалба на същата дата.

Описаната фактическа обстановка съдът прие за установена въз основа на събраните по делото доказателства – гласни – показанията на свидетеля/актосъставителя /които ясни/ и от приложените по делото писмени доказателства, прочетени и приети от съда на основание чл. 283 от НПК, преценени поотделно и в тяхната съвкупност.

При така очертаната фактическа обстановка се налагат следните правни изводи:

Жалбата, разгледана по същество, е основателна.

Съдът приема, че и АУАН, и НН са издадени от компетентен орган в кръга на правомощията му.

Страните по делото не спорят относно фактите - за това, че в посоченото време са излъчени петте рекламни блока и трейлъра на филма „Дим да ни няма“.

Този съдебен състав намира, че доказателствата по делото не установяват, че „БТВ Медиа Груп“ ЕАД е извършило описаното нарушение, защото:

Съгласно ал.1 на чл.89 от ЗРТ „Делът на рекламните спотове и спотове за телевизионен пазар в даден едноминутен период не може да надхвърля 12 минути“, но ал.2 на същия член регламентира, че „Алиенс 1 не се прилага за съобщения, направени от оператора във връзка с неговите собствени програми, предавания и допълнителни продукти, свързани с тези предавания, промоция на европейски филми, както и за призови за благотворителност и общественополезни каузи“, т.е. в случая самопромоцията на игралния филм „Дим да ни няма“ не следва да се включи в 12-минутното ограничение за един час, а без него продължителността на петте рекламни блока е под 12 минути. Доказателствата по делото сочат на противоречива и непоследователна практиката на административнонаказващия орган относно включване в ограничението от 12 минути за самопромоционалните съобщения за предстоящо филмово излъчване. Доколкото съдържанието на самопромоционалните съобщения не е уредено в закона, СЕМ, като санкциониращ орган, е следвало да укаже на доставчиците, в т.ч. и на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД всички търговски съобщения като вид, които счита, че следва да бъдат включени в тази продължителност от 12 минути, като липсват доказателства, липсват дори данни за това СЕМ да е издал такива изрични указания по отношение на прилагането на закона и да е указал кои от тези самопромоционални съобщения и по-специално филмовите трейлъри, следва да се считат като търговски съобщения, попадащи в ограничението на продължителността от 12 минути.

Отделно от това от доказателства по делото липсва яснота относно методологията за извършване на измерване на времетраенето на рекламите/рекламните блокове, а именно СЕМ нормативно да е приел, че

едночасовият период единствено и винаги ще се отчита за един кръгъл астрономически час, независимо, че е обществено популярно едночасов период да се измерва на астрономически кръгъл час, тъй като астрономическият час житейски е най-популярната мерна единица, отмерваща двадесет и четири часовото денонощие. По делото липсват доказателства за това СЕМ да е информирал или да е давал указания на доставчиците на медийни услуги за избраната от него методология за измерване на времетраенето, за да бъде съобразена тя от последните.

Относно квалифициране на нарушението, предмет на настоящето производство, като извършено при повторност, съдът специално отбелязва, че по делото липсват каквито и да е доказателства за това. Независимо, че доказателствената тежест е за административнонаказващия орган и той следва да изпрати в съда административната преписка с всички относими към случая доказателства, не са представени такива – не са представени цитираните в обжалваното НІІ 6 НІІ, които са посочени от административнонаказващия орган като такива, квалифициращи това нарушение като повторно.

Съдът не е ограничен в своята юрисдикция, когато решава правния спор и не е обвързан с решението на административния орган и не може да бъде възпрепятстван в правомощието си да проучи в пълнота фактите, релевантни за спора, с който е сезиран. Съдът изследва и решава всички въпроси, както по фактите, така и по правото, от които зависи изходът на делото.

Въз основа на гореизложените мотиви съдът намира, че са налице основанията за отмяна на обжалваното наказателно постановление.

Поради горното и на основание чл.63, ал.1 от ЗАНН, съдът

Р Е Ш И :

ОТМЕНЯ наказателно постановление № РД-10-10/17.01.2017 г., издадено от председателя на Съвета за електронни медии, срещу „БТВ Медиа Груп” – доставчик на медийни услуги, представлявано само заедно от двама от членовете на Управителния съвет Флориан Скала, Давид Щепан и Едмунд

Анпелт, за това, че на 27.07.2016 г., в интервала от 18.00 до 19.00 часа са излъчени пет рекламни блока и трейлър на игрален филм „Дим да ни няма” с общо времетраене 12 минути и 28 секунди:

Първият обозначен рекламен блок – излъчен от 18:01:02 ч. до 18:04:22 ч., с обща продължителност 3 минути и 20 секунди и следното съдържание: боя за коса „Palette Schwartzkopf”, продукти „Верея”, течен препарат „Medix Alvina”, универсални тигани и други домакински съдове „Delimano Delicia”, освежаваща напитка „Nestea”;

Вторият обозначен рекламен блок – излъчен от 18:14:35 ч. до 18:18:01 ч., с обща продължителност 3 минути и 26 секунди и следното съдържание: пяна за

интимна хигиена „Гинекс“, младо пиво „Пиринско“, депилатор „Veet“, сладоледи „Familia“ – „Nestle“, апаратче против вредители „Pest Repeller“ – „Top Shop“;

Трети обозначен рекламен блок – излъчен от 18:41:27 ч. до 18:44:22 ч., с обща продължителност 2 минути и 55 секунди и следното съдържание: продукти за коса „Le Petit Marseillais“, препарат за почистване „Medix“, сметанов сладолед „Old Time“ от „Изида“, обувки и стелки от „Walkmaxx“ и „Top Shop“;

От 18:44:26 ч. до 18:44:59 ч. е излъчен трейлър на игралния филм „Дим да ни няма“ с продължителност 33 секунди;

Четвърти обозначен рекламен блок – излъчен от 18:55:39 ч. до 18:57:21 ч., с обща продължителност 1 минута и 42 секунди и следното съдържание: бира „Каменица“, жилищен кредит от Райфайзен банк, лекарствен препарат без рецепта „Имодиум“, сладоледи „Familia“ – „Nestle“;

Пети обозначен рекламен блок – излъчен от 18:58:28 ч. до 18:59:00 ч., с обща продължителност 32 секунди и следното съдържание: намаления на „MTel“, кафета с награди „Jacobs“,

като с излъчването на тези търговски съобщения е нарушен чл.89,ал.1 от Закона за радиото и телевизията - делът на рекламните спотове и телепазарните спотове в даден едночасов период да не надхвърля 12 минути, като нарушението е при условията на повторност /връзка влезли в сила преди 27.07.2016 г. в едногодишен период НП с №№ РД-10-9/03.02.2015 г., РД-10-14/03.02.2015 г., РД-10-15/03.02.2015 г., РД-10-19/03.02.2015 г., РД-10-22/10.02.22/10.02.2015 г., РД-10-25/10.2.2015 г./, поради което и на основание чл.126,ал.1,вр.ал.3, вр.чл.127,ал.2 от ЗРТ е наложена имуществена санкция в размер на 6 000 лева.

Решението подлежи на обжалване пред Административен съд – София, в 14 дневен срок от съобщението до страните, че е изготвено заедно с мотивите.

РАЙОНЕН СЪДИЯ:



РЕШЕНИЕ

№ 7891

гр. София, 19.12. година.

В ИМЕТО НА НАРОДА

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД СОФИЯ - ГРАД, VI касационен състав, в публично съдебно заседание на осми декември през две хиляди и седемнадесета година в състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ: Маруся Йорданова

ЧЛЕНОВЕ: Вяра Русева

Цветанка Паунова

при участието на секретаря Илияна Янева и прокурор ПАВЛОВ, като разгледа КНАХД № 11116 по описа за 2017 година докладвано от съдия Вяра Русева, 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 от Закона за административните нарушения и наказания (ЗАНН).

Образувано е по касационна жалба на Съвет за електронни медии срещу съдебно решение от 24.07.2017г по ПЛХД № 3165/2017г. по описа на Софийски районен съд, 20 състав с което е отменено наказателно постановление № РД-10-10/17.01.2017г., издадено от Председателя на Съвета за електронни медии, с което на БТВ Медиа Груп ЕАД за нарушение на чл. 89, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията е наложено административно наказание „имуществена санкция“ в размер на 6 000 /шест хиляди/ лева, на основание чл. 126, ал. 1 и ал.3 във връзка с чл. 127, ал. 2 от ЗРТ.

В касационната жалба са развити подробни съображения за неправилност на първоинстанционния съдебен акт, като постановен в нарушение на материалния закон. Твърди, че в общото времетраене на рекламните спотове следва да се включи и трейлърът на филма „Дим да ни няма“, като последният не попада в изключенията по чл.89, ал.2 от ЗРТ. Излага доводи за приложимост на 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. издаден от Министерството на транспорта и съобщенията, обн., ДВ, бр. 96 от 11.10.2002 г., 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 теленазарните спотове в един астрономически час не може да надхвърля 20 на сто. Моли съда да отмени обжалваното решение и постанови друго с което потвърди НН.

Ответната страна БТВ Медиа Груп ЕАД чрез процесуалния си представител и в писмена защита оспорва касационната жалба и моли да се остави в сила решението на СРС.

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

АДМИНИСТРАТИВЕН СЪД СОФИЯ-ГРАД, като препени събраните по делото доказателства и наведените касационни основания прилагайки нормата на чл.218 АПК, приема за установено от фактическа и правна страна следното:

Със съдебно решение от 24.07.2017г. по НАХД № 3165/2017г. по описа на Софийски районен съд, 20 състав е отменено наказателно постановление № РД-10-10/17.01.2017г., издадено от Председателя на Съвета за електронни медии, с което на БТВ Медиа Груп ЕАД за нарушение на чл. 89, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията е наложено административно наказание „имуществена санкция“ в размер на 6 000 /шест хиляди/ лева, на основание чл. 126, ал. 1 и ал.3 във връзка с чл. 127, ал. 2 от ЗРТ.

За да постанови решението си, първоинстанционният съд е събрал по реда на чл.283 НПК като доказателства по делото показанията на свидетеля –актосъставител както и писмените доказателства, представени с наказателното постановление и представени в съдебното производство. Въз основа на тях е обосновал правен извод, че самопромоцията на филма „Дим да ни няма“ не следва да се включва в 12-минутното ограничение по чл.89, ал.1 от ЗРТ, като е приел, и че липсвала яснота относно методологията за извършване измерването на времетраенето на рекламните блокове.

Съобразно чл.218 АПК касационната инстанция дължи произнасяне само относно наведените в жалбата касационни оплаквания, като следи

служебно за валидността, допустимостта и съответствието на решението с материалния закон.

Съобразно чл.220 АПК касационната инстанция възприема установена от СРС фактическа обстановка, която напълно кореспондира на събраните по делото доказателства.

Според 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, а според ал.2 на чл. 89 алинея 1 не се прилага за съобщения, направени от оператора във връзка с неговите собствени програми, предавания и допълнителни продукти, свързани с тези предавания, промоция на европейски филми, както и за призиви за благотворителност и общественнополезни каузи.

Основният спорен въпрос е дали в общото времетраене на рекламните спотове следва да се включи и трейлърът на филма „Дим да ни няма“ или последният попада в изключенията по чл.89, ал.2 от ЗРТ. С рекламния спот на филма „Дим да ни няма“ изрично се рекламира премиерата на филм, който не е европейски, като съобщението касае само излъчването му в кината. Същият не е включен в някоя от програмите на доставчика. За да е приложимо изключението по чл. 89, ал. 2 от ЗРТ, съобщението би следвало да е със съответното съдържание, обвързващо филма с включването му в собствена програма на телевизионния оператор. Към момента на излъчване на търговското съобщение филмът „Дим да ни няма“ не представлява нито програма, нито предаване, нито допълнителен продукт, свързан с предаване на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД, поради което рекламата му правилно е включена в общото времетраене на рекламните спотове по чл. 89, ал. 1 от ЗРТ, тъй като не попада в изключенията по ал. 2. Накрая на трейлъра било изписано, че БТВ Медиа Груп“ЕАД е единствен посетел на територията на България на изключителните права за използване на филма в програмата на медията, както и за неговото кино и видео разпространение. Ако с цитирания трейлър се съобщаваше за предстоящото излъчване на американския филм „Дим да ни няма“ по някоя от програмите на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД, то несъмнено това съобщение попада в обхвата на чл. 89, ал. 2 от закона. В случая обаче, с трейлъра се съобщава за предстоящото излъчване на филма по кината, поради което несъмнено следва да се счита за рекламно съобщение и за част от рекламните блокове в процесния час. Предвид, че целта на излъчения трейлър е рекламирането на предстоящото излъчване на филма по кината и не представлява допълнителен продукт във връзка с телевизионно предаване то

той не може да се приеме за „самопромоция“ на „БТВ“ по см. на пар.1 т.25 от ДР на ЗРТ.

На следващо място, несъмнено 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. Спорният по делото въпрос е дали едночасовият период представлява астрономически час или плаващ едночасов период. 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. издаден от Министерството на транспорта и съобщенията, обн., ДВ, бр. 96 от 11.10.2002 г., 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 СЕМ към доставчиците на медийни услуги с указание за прилагането ѝ. Следователно 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 настоящият казус общото времетраене на рекламните спотове е 12 минути и 28 секунди, а допустимото време за реклама е максимум 12 минути, поради което и предвид, че деянието 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, то законосъобразно на доставчика е наложена имуществена санкция в минималния размер съгласно нормата на чл. 126, ал. 3 във връзка с ал. 1 от ЗРТ за нарушаване на забраната по чл. 89, ал. 1 от ЗРТ.

Поради несъвпадане на крайните изводи на настоящата съдебна инстанция с тези на СРС обжалваното съдебно решение следва да се отмени и вместо него да се постанови друго с което се потвърди процесното ИП.

Мотивиран от гореизложеното, Административен съд - София град, VI касационен състав

Р Е Ш И :

ОТМЕНЯ съдебно решение от 24.07.2017г по НАХД № 3165/2017г. по описа на Софийски районен съд, 20 състав и ВМЕСТО НЕГО ПОСТАНОВЯВА:

ПОТВЪРЖДАВА наказателно постановление № РД-10-10/17.01.2017г., издадено от Председателя на Съвета за електронни медии, с което на БТВ Медиа Груп ЕАД за нарушение на чл. 89, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията е наложено административно наказание „имуществена санкция“ в размер на 6 000 /шест хиляди/ лева, на основание чл. 126, ал. 1 и ал.3 във връзка с чл. 127, ал. 2 от ЗРТ.

РЕШЕНИЕТО е окончателно и не подлежи на обжалване и протест

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

ЧЛЕНОВЕ:

19.12.2015
12
98