

НАКАЗАТЕЛНО ПОСТАНОВЛЕНИЕ

№ РД-10-9/ 29.05.2025 г.

Днес, 29.05.2025 г., подписаната д-р Симона Велева - Стойнова, председател на Съвета за електронни медии, разгледах и проверих преписка по Акт за установяване на административно нарушение № НД-01-8/ 09.04.2025 г., съставен от (заличени лични данни), на длъжност старши инспектор в Съвета за електронни медии, при свидетели на установяване на нарушението (заличени лични данни) и (заличени лични данни), срещу НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП ЕООД, ЕИК: 205738443, седалище и адрес на управление: гр. София 1528, СО - район Искър, ул. Неделчо Бончев № 10, представлявано от Красимира Василева Хаджийска, за следното:

На 24.01.2025 г., в административната сграда на Съвета за електронни медии – гр. София, бул. „Шипченски проход“ № 69, при извършване на преглед на записи от системата за мониторинг на СЕМ на телевизионна програма „Нова телевизия“, създавана и предоставяна за разпространение от доставчика на медийни услуги НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП ЕООД, е констатирано следното:

На 21.01.2025 г. от 18:55:10 часа до 19:57:49 часа по програма „Нова телевизия“ е излъчена централната информационна емисия „Новините на NOVA“. В рамките на това предаване от 19:46:06 часа до 19:57:49 часа е включена рубриката „Интервюто в новините NOVA“ с водещ Николай Дойнов, като в часовия интервал от 19:46:13 часа до 19:57:41 часа е разпространено следното аудиовизуално съдържание:

19:46:13 ч. **Водещ Николай Дойнов:** *Време е за интервюто. Компанията „United Group“ - собственик на телекомуникационния оператор „Vivacom“, обяви днес влизането си и на енергийния пазар в България, и по-специално - в сектора на възобновяемата енергия. По какъв начин ще стане това и защо беше избрана именно България - наши гост тази вечер е главният изпълнителен директор на „United Group“ - Виктория Боклаг. Здравейте, госпожо Боклаг, добре дошли в предаването!*

Главен изпълнителен директор на „United Group“ Виктория Боклаг: *Благодаря!*

Водещ Николай Дойнов: *Днес „United Group“ обяви навлизането си в производството на енергия в България. Какво предизвика този ход?*

Главен изпълнителен директор на „United Group“ Виктория Боклаг: Чудесно е да съм тук, за да обявя, че вече не сме само телекомуникационна и медийна компания, но и енергийна. Нека опиша какво всъщност правим сега. „United Group“ реши да навлезе в производството на електроенергия от възобновяеми източници, като инвестира 120 милиона първоначално в четири проекта за производство на възобновяема енергия в България. Говорим за три соларни централи, една вятърна централа с общо производство от 310 хиляди мегаватчаса годишно до 2027-а. Има няколко причини да вземем това решение. Първо, публично сме се ангажирали с устойчивостта и желанието да станем компания с нулеви нетни емисии до 2040-та година, това е значителна стъпка в тази посока и реално с това действие ще използваме енергия от възобновяеми източници по цялата си верига. Втората причина също е проста - очакваме консумацията на електричество в телекомуникационните мрежи да се увеличи. Много се говори за изкуствения интелект и как той ще промени живота ни. Наистина вярвам, че това ще се случи, но ще има и цена, а именно - увеличената консумация на електричество. Съответно ние трябва да сме готови да посрещнем това увеличение. А третата важна причина е по-скоро бизнес решение. Стараем се да елиминираме всички нестабилни фактори, доколкото това е възможно в нашия бизнес. Когато видяхме, че цените на електричеството ту се качват, ту спадат за изминалите три години - първо покрай Ковид, после с войните в Украйна и Близкия изток, искахме да внесем допълнителна сигурност, да можем да контролираме структурата на разходите ни, тъй като

електричеството се увеличава с всяка година. Съответно с настоящата начална инвестиция от 120 милиона в България, към 2027-а ще можем да произвеждаме 160 процента от цялото електричество, консумирано от дейностите ни в България, но и 65 процента от общите нужди на групата на регионално ниво.

Водещ Николай Дойнов: *Защо България беше избрана като пазар за пускането на този проект?*

Виктория Боклаг: България всъщност е най-големият ни пазар по отношение на мащаб и приходи. Повече от една трета от консумацията на електричество на „United Group“ е от България, така че това беше една от причините. Разбира се, има повече от една причина за всяко решение. А втората определено беше благоприятната среда, която съществува в България за бизнеса като цяло, но и за подобни проекти като възобновяемата енергия.

Водещ Николай Дойнов: *Планирате ли да разширите енергийния проект към други пазари, или да предлагате енергия навън?*

Виктория Боклаг: Определено! Започваме с България с начална инвестиция от 120 милиона в четири проекта. Желанието ни е да имаме подобни проекти и в други държави. Може би да се разширим и в България и дори да навлезем в сферата на продажбите на дребно. Тъй като сме наясно как се работи с битовите потребители.

Водещ Николай Дойнов: *По отношение на компанията и на пазара „United Group“ навлиза в България през 2020-та година. Как се представя групата на българския пазар?*

Виктория Боклаг: Изключително сме доволни от дейността ни в България, вероятно много хора знаят, че притежаваме най-големият телекомуникационен оператор „Vivacom“ и най-голямата телевизионна компания – „NOVA“. Щастливи сме, че през последните четири години „NOVA“ успя да остане водеща по гледаемост в България, да запази лидерската си позиция. От друга страна, в телекомуникационния бизнес инвестирахме усилено в инфраструктурата, ускорихме изграждането на оптиката, която е бъдещето на фиксираните телекомуникационни мрежи. Инвестирахме в 5G мрежи, като сега 5G покрива над 90 процента от страната, и стартирахме EON, която е най-популярната видео платформа в Югоизточна Европа. Затова с всички тези мащабни инициативи с инвестицията от около 2.5 милиарда, които вече сме вложили в страната, можем да считаме растежа и успеха за знак, че умеем да се справяме добре.

Водещ Николай Дойнов: *И пак за българския пазар - какъв потенциал виждате тук?*

Виктория Боклаг: Като цяло мисля, че България е един от най-добрите пазари, на които оперираме. Това, на което определено бих искала да наблегна, са хората. Мисля, че те, човешкият ресурс, с който разполагате тук, в България, от гледна точка на образование са толкова високо образовани, мотивирани и дисциплинирани, наистина смятам това за огромно предимство, с което България разполага. Но и да не забравяме и членството в Европейския съюз, в НАТО, много благоприятния данъчен режим, който насърчава бизнеса и предприемачеството. Когато говоря с други директори и предприемачи за Югоизточна Европа, често им препоръчвам България, защото разполагате с това, което е необходимо за насърчаване на бизнеса, иновациите и привличане на инвестиции.

Водещ Николай Дойнов: *Отново за растежа като ключов играч в Югоизточна Европа. Какви стратегии са двигател на растежа Ви в телекомуникациите и в медиите?*

Виктория Боклаг: Инфраструктурата е на първо място. На второ място определено са продуктите. Когато видите продуктите, които се предлагат от телеком операторите ни, много от тях са проектирани от нас. И на трето място, със сигурност е изживяването за клиентите. Отнасяме се към това много сериозно. Явно правим нещата както трябва, защото на всички пазари, които са много конкурентни, клиентите ни се увеличават. За медиите е ясно, трябва да произвеждаш съдържание, което е подходящо за твоята аудитория и мисля, че всичките ни медии във всички страни, където присъстваме, успяват да стоят на върха.

Водещ Николай Дойнов: *Започнахте да говорите за медиите, нека продължи по темата. Медийната консумация се разви драстично през последното десетилетие. Как оценявате развитието на медийните брандове на „United Group“?*

Виктория Боклаг: Там, където имаме телевизия с национален обхват, сме на водещи позиции, с кабелните и спортните канали определено оставаме в Топ 20 на най-гледаните канали на платформите за платена телевизия. Аз съм изключително щастлива от новините, които правим, и информираме публиката ни за това, което се случва по света, независимо дали става дума за национални телевизии, портали или платени канали, каквито имаме на други пазари. Мисля, че „United Group“ е навлязъл толкова дълбоко в сърцевината на медийния бизнес, че надали има човек от нашата 40-милионна аудитория, който да не е чул новините поне от един от нашите източници.

Водещ Николай Дойнов: *И последен въпрос, като говорим най-общо за бъдещето. Как виждате промените в пейзажа на медиите и телекомите за идващите, да кажем, пет години?*

Виктория Боклаг: Интересен въпрос... Всички знаем, че от известно време в Европа се говори за нуждата от реформа в телекомуникационния сектор. Ако направим сравнение с други пазари, като САЩ или Китай, където има трима, четирима оператора, които обслужват стотици милиони клиенти, в Европа ситуацията е напълно различна. Има над 100 оператора, обслужващи реално доста фрагментирани пазари, много играчи, обслужващи ограничен брой клиенти. Съответно мисля, че ще видим промени в начина, по който се дефинира пейзажът на телекомуникациите, за да се постигне мащабност и конкурентоспособност в сектора. Редом с това, мисля, че е важно да се отбележи, че например в България проведохме няколко консолидации, включително скорошното ни придобиване на „Bulsatcom“, който сега успешно се интегрира във „Vivacom“, отново давайки по-голяма мащабност, по-големи инвестиции и по-добри услуги на клиентската база на „Vivacom“. Другият момент при телекомуникационните пазари и какво виждам за бъдещите пет години, определено е начинът, по който се установяват правилата на играта между телеком операторите, които инвестират в инфраструктурата, и Big Tech и хиперскейлърите, които основно са от САЩ. Ако говорим за медии, тогава е важно да се спомене, че медиите вероятно са във фаза на още по-големи трансформации, защото има много стрийминг услуги, идващи на пазара със страхотно съдържание. Така че нашите медии, за да останат конкурентоспособни, трябва да обърнат повече внимание на младата аудитория - не само в смисъл на съдържание, но и на платформи. Мисля, че това ще определя нашите решения как да привлечем и да задържим младата аудитория със собствено съдържание.

Водещ Николай Дойнов: *За идните пет години... Госпожо Боклаг, много благодаря за интервюто! И така, главният изпълнителен директор на „United Group“ - Виктория Боклаг, беше наш гост. Лека вечер на всички, до утре!*

Край: 19:57:41 часа.

По време на излъчването на разговора на водещия Николай Дойнов с главния изпълнителен директор на „United Group“ Виктория Боклаг в рубриката „Интервюто в новините NOVA“ на 21.01.2025 г., в долната хоризонтална част на екрана от 19:46:58 часа до 19:49:29 часа върху бял фон се появява следният надпис: *„Нов проект за зелена енергия в България. „United Group“ ще изгради три соларни електроцентрали и един вятърен парк“.*

Същият този надпис отново се появява в долната хоризонтална част на екрана и в часовия интервал от 19:49:37 часа до 19:50:05 часа.

В 19:50:06 часа в долната хоризонтална част на екрана се появява надпис със следния текст: *„Енергия от слънце и вятър. „United Group“ навлиза в производството с инвестиция от 120 млн. евро“*, като той остава видим на екрана до 19:50:36 часа.

В 19:50:37 часа в долната хоризонтална част на екрана се визуализира надпис със следния текст: *„Телекомуникации и медии. Развитието на „United Group“ като водеща компания“*, като той стои на екрана до 19:51:59 часа.

От 19:52:06 в долната хоризонтална част на екрана се появява надпис: *„Енергия от слънце и вятър. „United Group“ навлиза в производството с инвестиция от 120 млн. евро“*, като той стои на екрана до 19:53:07 часа. От 19:53:09 часа в долната хоризонтална част на

екрана се визуализира надпис със следния текст: „Телекомуникации и медии. Развитието на „United Group“ като водеща компания“, като той е на екрана до 19:55:28 часа.

От 19:55:37 в долната хоризонтална част на екрана отново се появява надпис с горесцитирания текст: „Телекомуникации и медии. Развитието на „United Group“ като водеща компания“, като той остава да стои на екрана до 19:57:29 часа.

Описаното аудиовизуално съдържание носи всички характеристики на скрито търговско съобщение по смисъла на чл. 75, ал. 2 от Закона за радиото и телевизията, тъй като представя с думи, звук и картина наименованието (търговската марка) и дейностите на компанията „United Group“ в предаване, като с това представяне доставчикът на медийни услуги цели осигуряването на реклама и то би могло да подведе аудиторията по отношение на своята същност.

В излъченото интервю името на компанията „United Group“ е споменато вербално 9 (девет) пъти и изписано на екран 7 (седем) пъти, с подчертани позитивни характеристики. Целенасоченото акцентиране върху името, върху конкретната търговска марка, се явява основна част от рекламната на даден производител, търговец или компания, предлагащи едни или други продукти или услуги, като то оказва съществено влияние и върху неговата разпознаваемост на пазара от страна на потребителите. Това многократно и подчертано присъствие на търговската марка надхвърля границите на обичайното информационно отразяване.

На зрителите са представени и множество допълнителни подробности за търговската дейност на компанията, придружени с висока положителна оценка, като например: „United Group“ притежава „Vivacom“, определен от г-жа Виктория Боклаг като „най-големият телекомуникационен оператор“; изнесени са конкретни данни и числа и за успешната пазарна експанзия, за бизнес растежа на компанията на българския пазар през последните няколко години; подчертано е, че клиентите на компанията се увеличават; акцентирано е върху реализираните инвестиции в страната ни в размер на около 2,5 милиарда; върху инвестициите в развитието на 5G мрежите, като се сочи, че 5G мрежата на компанията е достигнала покритие над 90 % от страната; припомня се стартиралата услуга EON, като в интервюто се сочи, че тя е „най-популярната видео платформа в Югоизточна Европа“. Специален акцент е заявеното от „United Group“ влизане и на енергийния пазар в България с инвестиция от 120 млн. евро, като целта е да се достигне общо годишно производство от 310 хиляди мегаватчаса (MWh) електроенергия до 2027-а. Тези характеристики придават на съдържанието рекламна стойност, създавайки благоприятен публичен образ и утвърждаване на пазарното присъствие на дружеството.

Възможността за подвеждане на аудиторията се състои във факта, че представянето на дейността на „United Group“ е направено в рубрика в новинарската емисия на „Нова телевизия“, която предполага информационно, а не търговско съдържание. Формално е налице информационен повод – обявеното от компанията този ден влизане и на енергийния пазар в България, но той е използван за популяризиране на нейната дейност, далеч отвъд конкретния повод, с обширни описания и в други търговски аспекти от дейността ѝ.

Включвайки описаното по-горе аудиовизуално съдържание в рубриката „Интервюто в новините NOVA“, в рамките на излъченото по програма „Нова телевизия“ предаване „Новините на NOVA“ на 21.01.2025 г., доставчикът на медийни услуги НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП ЕООД е излъчил скрито търговско съобщение, което е забранено, **с което е нарушил чл. 75, ал. 1, изречение второ от Закона за радиото и телевизията.**

Към административнонаказателната преписка са приложени следните документи и материали: 1. 1 (един) бр. DVD-R със запис на част от програма „Нова телевизия“ на доставчика на медийни услуги НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП ЕООД, излъчена на 21.01.2025 г. от 18:54:00 часа до 19:59:00 часа; 2. Покана до НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП ЕООД за съставяне на акт за установяване на административно нарушение с изх. № на СЕМ НД-02 19-00-21/ 28.03.2025 г. + известие за доставяне (обратна разписка) за връчването ѝ.

В законоустановения срок е постъпило писмено възражение от представител на доставчика на медийни услуги, в което се отрича извършването на нарушение. Излагат се доводи, че описаното в акта аудиовизуално съдържание не носи характеристиките на скрито търговско съобщение по смисъла на чл. 75, ал. 2 от ЗРТ, тъй като не са налице предвидените в закона кумулативни предпоставки, за да бъде реализирана хипотезата. Посочва се, че предаването „Новините на NOVA“ е централна новинарска емисия, която се излъчва в политематичната програма „Нова телевизия“. В рубриката „Интервюто в новините NOVA“ водещият всеки ден провежда интервюта с политици, общественици и други важни за обществото ни лица, в които задава важните за деня въпроси. В тази връзка в предаването от 21.01.2025 г. не се е случило нищо по-различно от всеки конкретен ден. Повод за интервюто с г-жа Виктория Боклаг е обстоятелството, че компанията „United Group“ на същия ден е обявила голям проект за зелена енергия в България с инвестиция за 120 милиона евро. В разговора с водещия г-жа Боклаг е подчертала, че целта на холдинга е до 2040 г. изцяло да премине към използване на зелена енергия от възобновяеми източници за постигане на устойчив бизнес, който развиват дружествата от „United Group“. Споменаването на Виваком България ЕАД по време на разговора от една страна е защото „United Group“ притежава дружеството и от друга, защото консумацията на електроенергия при телекомите (каквто е „Виваком“) се увеличава с всяка измината година. В тази връзка се определя като безспорно, че разговорът има изцяло информационен, а не рекламен характер.

Цитирани са и приетите от СЕМ Методически указания във връзка със забранените скрити търговски съобщения и позиционирането на продукти като форма на търговско съобщение, в които се приема, че споменаването на стоки, услуги, наименование, търговска марка или дейности на производител на стоки или доставчик на услуги, което има само информационна цел, не съдържа характеристиките на скрито търговско съобщение и при условие, че споменаването е от значение за информирането на потребителите.

На следващо място е посочено, че актосъставителят неправилно е приел като рекламни твърдения на госта в студиото относно направените от „United Group“ сериозни инвестиции в производството на зелена енергия, тъй като те отразяват намерението на компанията, което произтича от европейска регулация, да работи в посока корпоративна устойчивост на дружествата от групата с цел опазването на околната среда. Излагат се аргументи, че съгласно практиката на Съда на европейския съюз, скрита реклама може да бъде налице само когато се рекламират стоки и услуги, но не и търговска репутация. В тази връзка се заявява, че ако в излъченото интервю има твърдения, които биха могли да се приемат като промоция на „United Group“ или „Виваком България“ ЕАД, то същите са само и единствено по отношение на репутацията, но не и на конкретни стоки и услуги. В интервюто няма нито едно твърдение, което би могло да се отнесе към призив за покупка и/или необосновано изтъкване на качества на конкретен продукт или услуга.

Алтернативно се моли деянието да се приеме за маловажен случай и да се приложи разпоредбата на чл. 28 от Закона за административните нарушения и наказания (ЗАНН).

След като на основание чл. 52, ал. 4 от ЗАНН проверих АУАН № НД-01-8/ 09.04.2025 г. с оглед неговата законосъобразност и обоснованост, и прецених събраните доказателства и направените възражения намирам, че административнонаказателното производство е протекло при спазване на процесуалните правила. Актът е съставен от компетентно лице в предвидения от закона давностен срок и съдържа изискуемите от чл. 42 от ЗАНН реквизити.

Неизпълнението на задължението е описано достатъчно ясно, така че да не възниква съмнение относно неговото съдържание. Всички елементи от състава му са изброени във фактическото описание. Актът е съставен в отсъствие на представител на доставчика и е връчен е по реда на чл. 128, ал. 2 от ЗРТ чрез изпращане по пощата с препоръчано писмо с обратна разписка на адреса на управление на дружеството. Доставчикът е упражнил адекватно правото си на защита, подавайки писмено възражение срещу акта.

АУАН е законосъобразен и от материалноправна страна. С цитираните от представителя на доставчика Методически указания във връзка със забранените скрити търговски съобщения и позиционирането на продукти като форма на търговско съобщение, СЕМ е приел, че „Споменаването на стоки, услуги, наименование, търговска марка или дейности на производител на стоки или доставчик на услуги, което има само информационна цел, не съдържа характеристиките на скрито търговско съобщение и при условие, че споменаването е от значение за информирането на потребителите, не противоречи на разпоредбата на закона и е допустима практика“. В случая, името на компанията „United Group“ не е само „споменато“ с информационна цел. В интервюто се представят различни подробности за търговската дейност на компанията; за дейността на Виваком България ЕАД, определено от г-жа Виктория Боклаг като „най-големият телекомуникационен оператор“; припомня се стартиралата услуга EON, която „Vivacom“ предлага; фактът, че дружеството е придобило и мрежата на един от големите телекомуникационни оператори – „Булсатком“; изнасят се конкретни данни за успешната пазарна експанзия, за бизнес растежа на компанията на българския пазар през последните няколко години; подчертава се, че клиентите на компанията се увеличават; акцентира се върху реализираните инвестиции в страната. Интервюто значително надхвърля обема, необходим за информиране на зрителите по конкретната новина – обявяване на инвестиция в зелена енергия. Вместо фокус върху новината, обширно се обсъжда структурата, пазарният успех, стратегиите и технологиите на групата в сферата на телекомуникациите и медиите. Не е необходимо да е налице директен призив за покупка, за да е налице търговско послание.

Съгласно чл. 126, ал. 1 от ЗРТ, за нарушение на чл. 75, ал. 1 от ЗРТ на доставчиците на медийни услуги се налага имуществена санкция от 3000 до 20000 лева. При определяне на размера на наказанието следва да се има предвид, че нарушението на тази разпоредба не е първото в дейността на доставчика, като в случая не са налице смекчаващи обстоятелства и то не се характеризира с по-ниска степен на обществена опасност в сравнение на обикновените случаи на нарушение от този вид, за да бъде прието за маловажен случай по смисъла на § 1, т. 4 от ДР на ЗАНН. Предвид липсата на отегчаващи или други обстоятелства намирам, че следва да бъде наложена санкция в минималния размер, предвиден в чл. 126, ал. 1 от ЗРТ.

С оглед горното и на основание **чл. 126, ал. 1 във връзка с чл. 127, ал. 2 и чл. 129, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията**

ПО С Т А Н О В Я В А М:

НАЛАГАМ на НОВА БРОУДКАСТИНГ ГРУП ЕООД ЕИК: 205738443, седалище и адрес на управление: гр. София 1528, СО - район Искър, ул. Неделчо Бончев № 10, представлявано от Красимира Василева Хаджийска, имуществена санкция в размер на 3000 (три хиляди) лева за нарушение на чл. 75, ал. 1, изречение второ от Закона за радиото и телевизията.

Настоящото постановление подлежи на обжалване и протестиране чрез Съвета за електронни медии пред Софийски районен съд в 14-дневен срок от деня на връчването му на нарушителя.

В случай че нарушителят не желае да обжалва наказателното постановление в частта относно наложената имуществена санкция, може да заплати в 14-дневен срок от връчване на наказателното постановление 80 на сто от нейния размер (2400 лв.). В този случай наказателното постановление влиза в сила в частта относно наложената имуществена санкция от датата на плащането. В случай че нарушителят е обжалвал наказателното постановление и в посочения срок е заплатил имуществената санкция, производството по разглеждане на жалбата в тази част се прекратява на основание чл. 63г от Закона за административните нарушения и наказания.

Сумите се внасят по сметка на Съвета за електронни медии: IBAN: BG49 BNBG 9661 3000 1788 01 , BIC: BNBGBGSD БАНКА: Б Н Б

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА С Е М
Д-Р СИМОНА ВЕЛЕВА

Определям срок за доброволно изпълнение – 7 дни от влизане в сила на наказателното постановление.

В случай на неизпълнение преписката ще бъде изпратена на НАП/ ЧСИ за предприемане на действия за принудително събиране по реда на ДОПК.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА С Е М
Д-Р СИМОНА ВЕЛЕВА