



Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА СЪДА (трети състав)

30 януари 2024 година*

„Преюдициално запитване — Директива 2010/13/ЕС — Аудио-визуални медийни услуги — Член 23, параграфи 1 и 2 — Времени ограничения за часово излъчване на телевизионна реклама — Изключения — Понятието „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ — Съобщения, направени от такъв оператор с цел реклама на предаванията на радиостанция, която е част от една и съща излъчваща група с този оператор“

По дело C-255/21

с предмет преюдициално запитване, отправено на основание член 267 ДФЕС от Consiglio di Stato (Държавен съвет, Италия) с акт от 25 март 2021 г., постъпил в Съда на 21 април 2021 г., в рамките на производство по дело

Reti Televisive Italiane SpA (RTI)

срещу

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM),

при участието на:

Elemmedia SpA,

Radio Dimensione Suono SpA,

RTL 102,500 Hit Radio Srl,

СЪДЪТ (трети състав),

състоящ се от: К. Jürimäe, председател на състава, N. Piçarra (докладчик), М. Safjan, N. Jääskinen и М. Gavales, съдии,

генерален адвокат: J. Kokott,

секретар: С. Di Bella, администратор,

предвид изложеното в писмената фаза на производството и в съдебното заседание от 14 септември 2022 г.,

* Език на производството: италиански.

като има предвид становищата, представени:

- за Reti Televisive Italiane SpA (RTI), от F. Lepri, M. Molino и G. Rossi, avvocati,
- за Elemedia SpA, Radio Dimensione Suono SpA и RTL 102,500 Hit Radio Srl, от F. Di Ciommo, avvocato,
- за италианското правителство, от G. Palmieri, в качеството на представител, подпомагана от R. Guizzi, avvocato dello Stato,
- за полското правителство, от B. Majczyna, в качеството на представител,
- за Европейската комисия, от G. Braun и L. Malferrari, в качеството на представители,

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 13 юли 2023 г.,

постанови настоящото

Решение

- 1 Преюдициалното запитване се отнася до тълкуването на член 23, параграф 1 и параграф 2, буква а) от Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 година за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудио-визуални медийни услуги (Директива за аудио-визуалните медийни услуги) (ОВ L 95, 2010 г., стр. 1 и поправка в ОВ L 263, 2010 г., стр. 15), както и на съображение 43 от Директива (ЕС) 2018/1808 на Европейския парламент и на Съвета от 14 ноември 2018 г. (ОВ L 303, 2018 г., стр. 69), която изменя първата директива, но не е приложима *ratione temporis* към спора в главното производство.
- 2 Запитването е отправено в рамките на спор между Reti Televisive Italiane SpA (RTI) и Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) (орган за регулиране на съобщенията, Италия) относно законосъобразността на три решения на този орган, с които на RTI се налагат санкции за нарушение от телевизионните канали Canale 5, Italia 1 и Rete 4 на италианската правна уредба относно времевите ограничения за часово излъчване на телевизионна реклама.

Правна уредба

Правото на Съюза

Директива 2010/13

3 Съображения 23, 25, 87, 96 и 97 от Директива 2010/13 гласят:

„(23) За целите на настоящата директива понятието „аудио-визуални“ следва да се отнася за движещи се образи със или без звук, което включва неми филми, но не включва аудиоизлъчвания или радиослуги. [...]

[...]

(25) Понятието „редакционна отговорност“ е основополагащо за определяне на ролята на доставчика на медийни услуги и, следователно, за дефинирането на аудио-визуалните медийни услуги. Държавите членки могат допълнително да уточнят аспектите на определението за „редакционна отговорност“, особено понятието „ефективен контрол“ при приемането на мерки за изпълнение на настоящата директива. [...]

[...]

(87) Следва да бъде установено ограничението от 20 % за спотове за телевизионна реклама и телевизионно пазаруване на час, което също се прилага по време на „най-гледаното време“. Понятието за телевизионен рекламен спот следва да се разбира като телевизионна реклама по смисъла на член 1, параграф 1, буква и), с продължителност не повече от дванадесет минути.

[...]

(96) Необходимо е да се разясни, че дейностите по самореклама са особена форма на реклама, в която телевизионният оператор представя собствените си продукти, услуги, предавания или канали. В частност кадри, състоящи се от откъси от предавания, следва да се третираат като предавания.

(97) Ежедневното програмно време, отделно за съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и пряко произтичащите от тях помощни продукти, или за съобщения за обществени услуги и призови за благотворителност, излъчени безплатно, не следва да бъде включено в максималната продължителност на ежедневното или почасово програмно време, което може да бъде отделено за реклама и телевизионно пазаруване“.

4 Член 1, параграф 1 от тази директива съдържа следните определения:

„[...]

а) „аудио-визуална медийна услуга“ означава:

- i) услуга, така както е определена в членове 56 и 57 [ДФЕС], която е в рамките на редакционната отговорност на доставчик на медийни услуги и чиято основна цел е осигуряването на предавания за информиране, забавление или образование на широката общественост [...];
- ii) аудио-визуални търговски съобщения;
- б) „предаване“ означава поредица от движещи се образи със или без звук, която представлява обособена част от програмна схема или каталог, утвърдена от доставчик на медийни услуги и чиито форма и съдържание са сравними с формата и съдържанието на телевизионно излъчване. Примери за предавания са пълнометражни филми, спортни събития, комедийни сериали, документални филми, детски предавания и телевизионен театър;
- в) „редакционна отговорност“ означава упражняването на ефективен контрол както върху избора на предавания, така и върху тяхната организация, както в хронологичен ред при телевизионни излъчвания, така и в каталог при аудио-визуални медийни услуги по заявка. Редакционната отговорност не включва непременно юридическа отговорност съобразно националното законодателство по отношение на съдържанието на предоставената услуга;
- г) „доставчик на медийна услуга“ означава физическото или юридическото лице, което носи редакционна отговорност за избора на аудио-визуалното съдържание на аудио-визуалната медийна услуга и определя начина, по който тя е организирана;
- д) „телевизионно излъчване“ (т.е. линейна аудио-визуална медийна услуга) означава аудио-визуална медийна услуга, предоставена от доставчик на медийни услуги за едновременно гледане на предавания въз основата на програмна схема;
- е) „телевизионен оператор“ означава доставчик на медийни услуги за телевизионни излъчвания;
- [...]
- з) „аудио-визуално търговско съобщение“ означава образи със или без звук, които са предназначени да рекламират, пряко или непряко, стоки, услуги или имидж на физическо или юридическо лице, извършващо стопанска дейност. Такива образи придружават или се включват в дадено предаване срещу заплащане или подобно възнаграждение, или с цел осигуряване на самореклама. Формите на аудио-визуалното търговско съобщение включват телевизионна реклама, спонсорство, телевизионно пазаруване и позициониране на продукти;
- и) „телевизионна реклама“ означава всяка форма на съобщение, излъчено срещу заплащане или подобно възнаграждение, или излъчено с цел осигуряване на самореклама на публично или частно предприятие, или на 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, срещу заплащане;

[...]“.

5 Член 23 от Директива 2010/13 предвижда:

„1. Делът на телевизионните рекламни спотове и спотовете за телевизионно пазаруване в даден едночасов период не надхвърля 20 %.

2. Параграф 1 не се прилага за съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и допълнителни продукти, пряко свързани с тези предавания, съобщения относно спонсорството или позиционирането на продукти“.

Директива 2018/1808

6 Съображение 43 от Директива 2018/1808 гласи:

„Програмното време, отделяно за съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и пряко произтичащите от тях допълнителни продукти, или за съобщения за обществени услуги и призиви за благотворителност, излъчени безплатно, с изключение на разходите за излъчване на тези призиви, следва да не бъде включвано в максималната продължителност на програмното време, което може да бъде отделено за телевизионна реклама и телевизионно пазаруване. Освен това много телевизионни оператори са част от по-големи излъчващи групи и правят съобщения не само във връзка със собствените си предавания и пряко произтичащите от тях допълнителни продукти, но и във връзка с предаванията и аудио-визуалните медийни услуги на други субекти, които са част от същата излъчваща група. Програмното време, отделяно за такива съобщения, следва също да не бъде включвано в максималната продължителност на програмното време, което може да бъде отделено за телевизионна реклама и телевизионно пазаруване“.

7 Съгласно член 1, точка 21 от тази директива член 23 от Директива 2010/13 се заменя със следното:

„1. Делът на телевизионните рекламни спотове и спотовете за телевизионно пазаруване в интервала между 6,00 и 18,00 часа не може да надхвърля 20 % от този интервал. Делът на телевизионните рекламни спотове и спотовете за телевизионно пазаруване в интервала между 18,00 и 00,00 часа не може да надхвърля 20 % от този интервал.

2. Параграф 1 не се прилага за:

а) съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и допълнителни продукти, пряко свързани с тези предавания, или с предавания и аудио-визуални медийни услуги на други субекти, които са част от същата излъчваща група;

б) съобщения относно спонсорството;

в) позициониране на продукти;

г) неутрални елементи между редакционното съдържание и телевизионните рекламни спотове или спотовете за телевизионно пазаруване, а също и между отделните спотове“.

Италианското право

- 8 Член 38, параграфи 2 и 6 от Decreto legislativo n. 177 — Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (Законодателен декрет № 177 за приемане на консолидиран текст относно радио- и аудио-визуалните медийни услуги) от 31 юли 2005 г. (GURI, бр. 208 от 7 септември 2005 г., редовна притурка № 150), в редакцията му, приложима към спора в главното производство (наричан по-нататък „Законодателен декрет № 177/2005“), гласи:

„2. Излъчването на рекламни спотове от оператори на свободно приемана, включително аналогова телевизия с национално покритие, с изключение на притежателя на лиценза за обществена радио-телевизионна услуга, не може да надхвърля 15 % от дневното програмно време и 18 % от даден едночасов период; допуска се превишаване на това ограничение с не повече от 2 % за едночасовия период, но то трябва да се компенсира в предишния или следващия час. [...]

[...]

6. Разпоредбите на параграфи 2—5 не се прилагат за съобщенията на излъчващите оператори, включително на аналогова телевизия, по отношение на техните собствени предавания и пряко свързаните с тях продукти, съобщенията относно спонсорство и позиционирането на продукти“.

Спорът в главното производство и преюдициалните въпроси

- 9 RTI е учредено по италианското право дружество, което предоставя аудио-визуални медийни услуги с национално покритие чрез своите телевизионни канали Canale 5, Italia 1 и Rete 4. То притежава 80 % от дяловете на Monradio Srl, което управлява радиостанция R101, докато друго дружество, което също като RTI е част от група Mediaset, притежава останалите 20 %.
- 10 С три акта от 19 декември 2017 г., връчени на 8 януари 2018 г., които се отнасят съответно до Canale 5, Italia 1 и Rete 4, AGCOM санкционира RTI за нарушение на член 38, параграф 2 от Законодателен декрет № 177/2005. За да изчисли почасовото време за излъчване на телевизионна реклама, за което се прилагат предвидените в тази разпоредба ограничения, AGCOM отчита рекламните съобщения на радиостанция R101, излъчени по телевизионните канали Canale 5, Italia 1 и Rete 4.
- 11 RTI подава три жалби срещу тези актове пред Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Регионален административен съд Лацио, Италия). То изтъква, че рекламните съобщения за радиостанция R101 трябва да се считат за съобщения, излъчвани във връзка със „собствените предавания“ на RTI по смисъла на член 38, параграф 6 от Законодателен декрет № 177/2005, и следователно за изключени от изчисляването на времето за часово излъчване на телевизионна реклама.
- 12 С решения от 16 април 2019 г. Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Регионален административен съд Лацио) отхвърля тези жалби по съображение, че съобщенията, които рекламират предаванията на радиооператор, не могат да се считат за съобщения, направени

във връзка със „собствените предавания“ на телевизионен оператор, включително когато, както в настоящия случай, съответните два оператора са част от една и съща група от предприятия.

- 13 RTI обжалва тези решения пред Consiglio di Stato (Държавен съвет, Италия) — запитващата юрисдикция — като изтъква, че тъй като е част от една и съща група от дружества с радиостанция R101, за да се изчислят почасовите ограничения на рекламното пространство, и следователно за да се приложи член 38, параграф 6 от Законодателен декрет № 177/2005, трябва да се вземе предвид стопанската единица, образувана от медийната група, независимо от многообразието от юридически лица.
- 14 RTI добавя, че това тълкуване се потвърждава от въведеното с Директива 2018/1808 изменение на член 23, параграф 2, буква а) от Директива 2010/13. След като това изменение отчита вече широко разпространената практика на „кросмедийно“ саморекламирање, то трябвало да бъде отчетено при тълкуването на действащото преди това право, макар Директива 2018/1808, влязла в сила на 18 декември 2018 г., да не е приложима *ratione temporis*.
- 15 Като отбелязва, че предмет на спора по главното производство е законосъобразността на рекламирането от телевизионен оператор, който е дружеството майка, на предаванията на оператор, негово дъщерно дружество, а не упражняването на контрол в рамките на така образуваната група, запитващата юрисдикция подчертава, че всички факти в основата на този спор са отпреди изменението на Директива 2010/13 с Директива 2018/1808.
- 16 Освен това тази юрисдикция счита, че поддържаното от RTI тълкуване на разпоредбите на националното право, и най-вече на правото на Съюза, не е единственото възможно тълкуване. Според нея тълкуването в обратен смисъл, възприето и от AGCOM, и от Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Регионален административен съд Лацио), „не изглежда явно нелогично“, защото почива на текста на Законодателен декрет № 177/2005, който възпроизвежда приложимите *ratione temporis* разпоредби на Директива 2010/13, и не пренебрегва антиконкурентния аспект, който би могъл да следва от застъпването от RTI тълкуване досежно радиооператори, които не са част от телевизионни оператори или аудио-визуални медии.
- 17 При тези обстоятелства Consiglio di Stato (Държавен съвет) решава да спре производството и да отправи следните преюдициални въпроси до Съда:

„1) Може ли — за целите на общностната уредба за ограничаване на излъчването на реклама, предвид общата значимост в правото [на Съюза] на понятието за група или за единен стопански субект, произтичащо от множество източници на антикартелното право (но, доколкото е от значение в случая, от припомненото съображение 43 от Директива [2018/1808] и от новия текст на член 23 от Директива [2010/13]), без да се засяга съществуващата разлика в италианското национално право между предвидените разрешения за телевизионни и радиооператори съгласно член 5, алинея 1, буква в) от Законодателен декрет 177/[2005] — да се приеме за съответстващо на правото на Съюза тълкуване на националното право за радиото и телевизията, произтичащо от член 1, алинея 1, буква а) от [този законодателен декрет], [...], в смисъл че процесът на сближаване между различните форми на комуникация (електронна комуникация, издателска дейност, включително електронна, и интернет във всичките му приложения) важи на още по-голямо основание между доставчиците на радио- и

телевизионни медийни услуги, особено ако вече са включени в групи предприятия, които са свързани помежду си, и че [този процес] се налага с общо значение, със съответните отражения във връзка с тълкуването на член 38, алинея 6 от цитирания законодателен декрет, в смисъл че този оператор може да бъде и групата като единен стопански субект, или напротив, съгласно припомнените общностни принципи, предвид самостоятелността на уредбата за ограничаване на излъчването на реклама спрямо общото антикартелно право, не може да се отдава значение — преди 2018 г. — на групите и на посочения процес на сближаване, както и на т.нар. кросмедийна дейност, като при това за целите на изчисляването на индекса за излъчване на реклама се взема предвид само отделният оператор, дори и да е част от група (тъй като този аспект е изтъкнат едва в консолидирания текст на член 23 от Директива [2010/13] след приемането на Директива [2018/1808]?

- 2) Може ли — в светлината на припомнените принципи на правото на Съюза относно групите и предприятието като единен стопански субект, за целите на ограничаването на излъчването на реклама и на припомнените последователни промени в текста на посочения член 23, без да се засяга споменатата разлика между разрешенията — да се изведе по-специално от антиконкурентната правна уредба на [интегрираната комуникационна система], съдържаща се в член 43 от Законодателен декрет 177/[2005], релевантността на понятието групов „доставчик на медийни услуги“ (или съгласно терминологията на жалбоподателя: групово издателско предприятие), за да се изключат кросмедийните рекламни съобщения в рамките на групата от ограниченията за излъчване на реклама по член 38, алинея 6 от [Законодателен декрет [77/2005], или напротив, подобна релевантност трябва да се изключи преди 2018 г. предвид самостоятелността на антикартелното право в областта на телевизията спрямо уредбата на ограниченията за излъчването на реклама?
- 3) Представява ли новият текст на член 23, параграф 2, буква а) от Директива [2010/13] признаване на вече съществуващ принцип в правото на конкуренцията с общо значение за групите или е иновативен и следователно, в първия случай, описва вече присъща на европейския правен ред правна действителност — в този смисъл от естество да обхване и разглеждания случай, който предхожда посочения нов текст, и да определи тълкуването на [националния регулаторен орган], като все пак му налага да признае понятието групов „доставчик на медийни услуги“ — или, във втория случай, не допуска признаването на релевантността на групите от дружества за случаите, възникнали преди неговото въвеждане, тъй като е неприложим *ratione temporis*, предвид иновативния му характер, спрямо обстоятелства, настъпили преди неговото въвеждане?
- 4) Във всеки случай и извън режима на разрешенията, предвиден в член 5 от Законодателен декрет 177/2005, и новия текст на член 23, въведен през 2018 г., или в случай че новата норма няма декларативно, а иновативно значение, съгласно посоченото в [третия] въпрос, отношенията [на] интегриране телевизия — радио, разгледани общо в антикартелното право, представляват ли, предвид общия и трансверсален характер на понятията за стопански субект и група, ключов фактор, в светлината на който да се тълкуват ограниченията за излъчването на реклама, които следователно са уредени все пак имплицитно с оглед на групата предприятия (или по-конкретно [с оглед на] отношенията на контрол между предприятията от групата) и на функционалното единство на посочените предприятия, така че рекламирането на предаванията между телевизията и радиото в рамките на групата или обратно, тези

отношения на интегриране ирелевантни ли са в областта на ограниченията за излъчването на реклама, и следователно трябва да се приеме, че „собствените“ предавания, посочени в член 23 (първоначалната редакция), обхващат само предаванията само на оператора, който ги рекламира, а не на групата дружества като цяло, тъй като посочен[ият член 23] е самостоятелна разпоредба, която не допуска систематично тълкуване, разширяващо обхвата ѝ до групите, разбирани като единен стопански субект?

- 5) Накрая, следва ли член 23 в първоначалната му редакция, дори и да не трябва да се тълкува като норма, разглеждана във връзка с антикартелното право, все пак да се разбира като стимулираща разпоредба, описваща спецификата на рекламирането, която е само информативна и не цели да убеди когото и да било да закупи стоки или услуги, различни от рекламираните предавания, и като такава трябва да се разглежда като изключена от приложното поле на нормите в областта на излъчването на реклама, следователно приложима, в рамките на предприятията, част от същата група, към всички случаи на интегрирано кросмедийно рекламиране, или трябва да се разглежда като норма с дерогиращ и изключителен характер по отношение на изчисляването на излъчваната реклама и като такава да се тълкува стриктно?“.

По преюдициалните въпроси

- 18 С въпросите си, които следва да се разгледат заедно, запитващата юрисдикция по същество иска да се установи дали член 23, параграф 2 от Директива 2010/13 трябва да се тълкува в смисъл, че понятието „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, обхваща рекламните съобщения, направени от телевизионен оператор за радиостанция, която е част от една и съща група дружества с този оператор.
- 19 Съгласно член 23, параграф 1 от Директива 2010/13 делът на телевизионните рекламни спотове и спотове за телевизионно пазаруване в даден едночасов период не може да надхвърля 20 %. По силата на член 23, параграф 2 от нея посоченият параграф 1 не се прилага по-специално за „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“. Ето защо за тези съобщения не се прилага ограничението, установено в посочения член 23, параграф 1.
- 20 За да се прецени дали рекламните съобщения на радиостанция, направени от телевизионен оператор, който има мажоритарно участие в тази радиостанция, попадат в приложното поле на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, е необходимо най-напред да се провери дали трябва да се прави разграничение между, от една страна, рекламните съобщения, чиято цел е да насърчат закупуването на продукт или услуга, и от друга, неутралните съобщения, чиято единствена цел е да се информира за предавания, които поради тази причина не попадат в обхвата на понятието „телевизионна реклама“ по смисъла на този член и следователно са изключени от приложното поле на разпоредбите на тази директива относно телевизионната реклама и телевизионното пазаруване.
- 21 Понятието „телевизионни рекламни спотове“, което член 23, параграф 1 от Директива 2010/13 включва в процента на съответното почасово време за излъчване, е определено, както се посочва в съображение 87 от тази директива, чрез позоваване на понятието „телевизионна реклама“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква и) от посочената

директива. Съгласно последната разпоредба телевизионна реклама е всяка форма на съобщение, излъчено срещу заплащане или подобно възнаграждение, или излъчено с цел осигуряване на самореклама на публично или частно предприятие, или на физическо лице във връзка с търговия, стопанска дейност, занаят или професия, имащо за цел да се популяризира доставянето на стоки и услуги срещу заплащане.

- 22 В тази насока съображение 96 от Директива 2010/13 уточнява, че дейностите по самореклама са особена форма на реклама, в която телевизионният оператор в частност представя собствените си предавания и канали. Следователно саморекламата се урежда от разпоредбите на тази директива относно телевизионната реклама и телевизионното пазаруване.
- 23 Съгласно член 1, параграф 1, буква з) от същата директива телевизионната реклама е една от формите на „аудио[-]визуално търговско съобщение“, разбирано като „образи със или без звук, които са предназначени да рекламират, пряко или непряко, стоки, услуги или имидж на физическо или юридическо лице, извършващо стопанска дейност“ и които „придружават или се включват в дадено предаване срещу заплащане или подобно възнаграждение, или с цел осигуряване на самореклама“.
- 24 От съвместното тълкуване на тези разпоредби следва, че Директива 2010/13 определя телевизионната реклама, като отчита рекламната цел на въпросното изображение или телевизионно съобщение, но не и информативния характер на съответното изображение или съобщение.
- 25 Ето защо телевизионните съобщения, включително когато са неутрални и имат чисто информативен характер, които се отнасят до програмите или предаванията на радиооператор, представляват „телевизионна реклама“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква и) от Директива 2010/13, щом имат за цел да накарат зрителите да гледат съответните предавания и следователно да насърчават предоставянето на услуги срещу заплащане.
- 26 Следователно за тези съобщения се прилагат времевите ограничения за часово излъчване на телевизионна реклама, определени в член 23, параграф 1 от тази директива, освен ако могат да бъдат квалифицирани като „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ по смисъла на параграф 2 от този член.
- 27 На второ място, за целите на такова квалифициране следва да се провери дали предаванията на радиостанция, които са предмет на разпространяването от телевизионен оператор съобщения, представляват „предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13.
- 28 Съгласно член 1, параграф 1, буква б) от тази директива „предаване“ е „поревица от движещи се образи със или без звук, която представлява обособена част от програмна схема или каталог, утвърдена от доставчик на медийни услуги и чиито форма и съдържание са сравними с формата и съдържанието на телевизионно излъчване“.
- 29 От своя страна понятието „телевизионно излъчване“ е определено в член 1, параграф 1, буква д) от тази директива като „аудио-визуална медийна услуга, предоставена от доставчик на медийни услуги за едновременно гледане на предавания въз основата на

програмна схема“, докато съгласно член 1, параграф 1, буква а), подточка і) понятието „аудио-визуална медийна услуга“ визира „услуга [...], чиято основна цел е осигуряването на предавания“.

- 30 От използваните в тези определения термини „движещи се образи със или без звук“, „телевизионно“, „аудио-визуална“ и „гледане“, разглеждани по-специално в светлината на съображение 23 от Директива 2010/13, е видно, че тази директива изключва от приложното си поле радиослужбите, които обикновено се състоят от предавания или програми със звуково съдържание и следователно без образ, включително когато тези предавания или програми имат неотделими аудио-визуални спомагателни компоненти (вж. по аналогия решение от 21 октомври 2015 г., *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, т. 34 и 37).
- 31 Както отбелязва генералният адвокат в точка 52 от заключението си, тълкуване като поддържаното от RTI в смисъл, че телевизионните съобщения, свързани с предавания или програми на радиостанция, обикновено попадат в приложното поле на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, би разширило приложното поле на тази директива отвъд позволеното от текста на нейните разпоредби. Освен това подобно тълкуване би могло да доведе до нарушаване на конкуренцията в ущърб на операторите на пазара на радиослужби, които не са част от излъчващи групи.
- 32 На трето място, в случай че излъчваните съобщения са предавания по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, следва да се провери дали, както твърди RTI, когато телевизионният оператор, който ги излъчва, заедно с радиооператора е част от една и съща група дружества и образува предприятие като стопанска единица, тези съобщения могат да бъдат квалифицирани като „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13.
- 33 Съгласно член 1, параграф 1, буква е) от Директива 2010/13 „телевизионен оператор“ означава „доставчик на медийни услуги за телевизионни излъчвания“. „Доставчик на медийна услуга“ е дефиниран в член 1, параграф 1, буква г) от тази директива като „физическото или юридическото лице, което носи редакционна отговорност за избора на аудио-визуалното съдържание на аудио-визуалната медийна услуга и определя начина, по който тя е организирана“.
- 34 Освен това съгласно член 1, параграф 1, буква а), подточка і) от посочената директива „аудио-визуална медийна услуга“ е „услуга [...], която е в рамките на редакционната отговорност на доставчик на медийни услуги“. Съображение 25 от същата директива уточнява, че понятието за редакционна отговорност е основополагащо за определяне на ролята на доставчика на медийни услуги, и следователно за дефинирането на аудио-визуалните медийни услуги.
- 35 Както подчертава генералният адвокат в точки 66 и 67 от заключението си, от тези разпоредби следва, че за да се разбере изразът „собствени предавания“, съдържащ се в член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, трябва да се вземат предвид не — както при правото в областта на конкуренцията или на обществените поръчки — правните и организационните взаимовръзки между предприятията, които оправдават реципрочната отговорност за действия и капацитети в рамките на стопанската единица, а по-скоро редакционната отговорност за съответните предавания.

- 36 Възприемането на такъв подход се подкрепя от целта на член 23 — да се защитят телевизионните зрители, като потребители, от прекомерна реклама. Всъщност установените с Директива 2010/13 правила относно времето за излъчване на реклама имат за цел да съвместят финансовите интереси на телевизионните оператори и на рекламодателите, от една страна, и интересите на телевизионните зрители, от друга (вж. в този смисъл решение от 18 юли 2013 г., *Sky Italia*, C-234/12, EU:C:2013:496, т. 17 и 18).
- 37 Ето защо установените с тази директива правила относно максималното време за излъчване на реклама на час се вписват в собствен правен контекст и произтичат от логика и цели, различни от преследваните от правилата на конкуренцията или от приложимите към обществените поръчки.
- 38 Приложимите критерии за определяне на физическите или юридическите лица, които носят редакционната отговорност за дадено предаване, произтичат от член 1, параграф 1, буква в) от Директива 2010/13. Тази разпоредба определя понятието „редакционна отговорност“ като „упражняването на ефективен контрол както върху избора на предавания, така и върху тяхната организация, както в хронологичен ред при телевизионни излъчвания, така и в каталог при аудио-визуални медийни услуги по заявка“. Необходимо е по-специално да се провери дали съответното лице има властта да взема крайните решения за предлагания аудио-визуален продукт като такъв, което предполага да има на свое разположение достатъчно материални и човешки ресурси, за да може да носи такава отговорност (вж. в този смисъл решение от 4 юли 2019 г., *Baltic Media Alliance*, C-622/17, EU:C:2019:566, т. 40 и 43).
- 39 Оттук следва, че за да могат предаванията на радиостанция, която е част от една и съща група дружества със съответния телевизионен оператор, да бъдат квалифицирани като „собствени“ предавания на този оператор по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, посоченият оператор трябва да носи редакционната отговорност за въпросните предавания по смисъла на член 1, параграф 1, буква в) от тази директива. Следователно тази отговорност не може да се основава единствено на икономическите, организационните и правните взаимовръзки между телевизионен оператор и радиооператор в рамките на една и съща група дружества.
- 40 С оглед на изложеното дотук на поставените въпроси следва да се отговори, че член 23, параграф 2 от Директива 2010/13 трябва да се тълкува в смисъл, че понятието „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, не обхваща рекламните съобщения, направени от телевизионен оператор за радиостанция, която е част от една и съща група дружества с този телевизионен оператор, освен ако, от една страна, предаванията, предмет на тези рекламни съобщения, са „аудио-визуални медийни услуги“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква а) от тази директива, което означава те да бъдат отделими от основната дейност на тази радиостанция, и от друга, посоченият телевизионен оператор носи „редакционната отговорност“ за тези предавания по смисъла на член 1, параграф 1, буква в) от цитираната директива.

По съдебните разноски

- 41 С оглед на обстоятелството, че за страните по главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производството пред запитващата юрисдикция, последната следва да се произнесе по съдебните разноски. Разходите, направени за представяне на становища пред Съда, различни от тези на посочените страни, не подлежат на възстановяване.

По изложените съображения Съдът (трети състав) реши:

Член 23, параграф 2 от Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 година за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудио-визуални медийни услуги (Директива за аудио-визуалните медийни услуги),

трябва да се тълкува в смисъл, че

понятието „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, не обхваща рекламните съобщения, направени от телевизионен оператор за радиостанция, която е част от една и съща група дружества с този телевизионен оператор, освен ако, от една страна, предаванията, предмет на тези рекламни съобщения, са „аудио-визуални медийни услуги“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква а) от тази директива, което означава те да бъдат отделими от основната дейност на тази радиостанция, и от друга, посоченият телевизионен оператор носи „редакционната отговорност“ за тези предавания по смисъла на член 1, параграф 1, буква в) от цитираната директива.

Подписи