



## Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА СЪДА (девети състав)

21 февруари 2018 година \*

„Преюдициално запитване — Свободно предоставяне на услуги — Директива 2010/13/ЕС — Определения — Понятие за аудиовизуална медийна услуга — Приложно поле — Поддържан в YouTube канал за рекламни видеоклипове на нови модели леки автомобили“

По дело C-132/17

с предмет преюдициално запитване, отправено на основание член 267 ДФЕС от Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) с акт от 12 януари 2017 г., постъпил в Съда на 14 март 2017 г., в рамките на производство по дело

**Peugeot Deutschland GmbH**

срещу

**Deutsche Umwelthilfe eV,**

СЪДЪТ (девети състав),

състоящ се от: С. Vajda (докладчик), председател на състава, Е. Juhász и С. Lycourgos, съдии,

генерален адвокат: Н. Saugmandsgaard Øe,

секретар: А. Calot Escobar,

предвид изложеното в писмената фаза на производството,

като има предвид становищата, представени:

- за Peugeot Deutschland GmbH, от L. Pechan и Н. Prange, Rechtsanwälte,
- за Deutsche Umwelthilfe eV, от J. Schütt, Rechtsanwältin,
- за Европейската комисия, от G. Braun и К.-Р. Wojcik, в качеството на представители,

предвид решението, взето след изслушване на генералния адвокат, делото да бъде разгледано без представяне на заключение,

постанови настоящото

\* Език на производството: немски.

## Решение

- 1 Преюдициалното запитване е относно тълкуването на член 1, параграф 1, 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 аудиовизуални медийни услуги („Директива за аудиовизуалните медийни услуги“) (ОВ L 95, 2010 г., стр. 1).
- 2 Запитването е отправено в рамките на спор между Peugeot Deutschland GmbH и Deutsche Umwelthilfe eV, тъй като Peugeot Deutschland GmbH публикувало в поддържан от него видеоканал в онлайн приложението YouTube кратък видеоклип относно нов модел лек автомобил, без да посочи в него данни относно официалния разход на гориво и относно официалните емисии на CO<sub>2</sub> на този модел.

### Правна уредба

#### *Правото на Съюза*

- 3 Съображение 22 от Директива 2010/13 гласи:

„За целите на настоящата директива определението на аудио-визуалните медийни услуги следва да обхваща средствата за масово осведомяване и ролята им да информират, забавляват и образоват широката общественост и следва да включва аудио-визуални търговски съобщения, но да изключва всякаква форма на частна кореспонденция като електронни съобщения, изпращани на ограничен брой адресати. Това определение следва да изключва всички услуги, чиято основна цел не е предоставянето на предавания, т.е. когато аудиовизуалното съдържание е [второстепенно спрямо] услугата и не е нейна основна цел. [...]“.

- 4 Член 1, параграф 1 от тази директива гласи:

„За целите на настоящата директива се прилагат следните определения:

- а) „аудиовизуална медийна услуга“ означава:

- i) услуга, така както е определена в членове 56 и 57 от Договора за функционирането на Европейския съюз, 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 чрез електронни комуникационни мрежи по смисъла на член 2, буква а) от Директива 2002/21/ЕО. Такава аудио-визуална медийна услуга е телевизионно излъчване, както е определено в буква д) от настоящия параграф или аудио-визуална медийна услуга по заявка, както е определена в буква ж) от настоящия параграф;
- 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[ли] телевизионен театър;

[...]

д) „телевизионно излъчване“ (т.е. линейна аудиовизуална медийна услуга) означава аудиовизуална медийна услуга, предоставена от доставчик на медийни услуги за едновременно гледане на предавания въз основа на програмна схема;

[...]

ж) „аудио-визуална медийна услуга по заявка“ (т.е. нелинейна аудио-визуална медийна услуга) означава аудио-визуална медийна услуга, предоставена от доставчик на медийни услуги за гледане на предавания в избран от потребителя момент по негова лична заявка въз основа на каталог на предавания, подбрани от доставчика на медийни услуги;

з) „аудиовизуално 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 аудиовизуалното търговско съобщение включват, *inter alia*, телевизионна реклама, спонсорство, телевизионно пазаруване и позициониране на продукти.

[...]“.

- 5 Член 6 Директива 1999/94/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 13 декември 1999 година относно наличието на потребителска информация за разхода на гориво и емисиите на CO<sub>2</sub> по отношение на търговията с нови леки автомобили (ОВ L 12, 2000 г., стр. 16; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 5, стр. 220), изменена с Регламент (ЕО) № 1137/2008 на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2008 г. (ОВ L 311, 2008 г., стр. 1) (наричана по-нататък „Директива 1999/94“), гласи следното:

„Държавите членки гарантират, че популяризиращата литература съдържа данни за официалния разход на гориво и официалните специфични емисии на CO<sub>2</sub> на моделите леки автомобили, за които се отнася, в съответствие с изискванията на приложение IV.

Държавите членки предоставят, ако е уместно, популяризиращи материали, различни от популяризиращата литература, посочена по-горе, за да посочат данните за официалните емисии на CO<sub>2</sub> и данните за официалния разход на гориво на конкретния модел лек автомобил, за който се отнасят“.

- 6 Понятието „популяризираща литература“ е определено в член 2, точка 9 от Директива 1999/94 като „всички печатни материали, използвани при търговията, рекламата и популяризирането на превозните средства сред широката общественост. Това определение включва най-малко технически наръчници, брошури, реклами във вестници, списания и специализирани издания и табели“.
- 7 Член 9, параграф 2, първа алинея, буква в) от тази директива предвижда, че Комисията предприема мерки, които имат за цел „да се изготвят препоръки, така че да се позволи прилагане принципите на предоставяне на данни в популяризиращата литература, посочена в член 6, първи параграф, първа алинея по отношение на други информационни материали и средства за масово осведомяване“.

- 8 Съгласно параграф 4, алинея втора, второ тире от препоръката на Комисията от 26 март 2003 г. относно прилагането за други медии на разпоредбите на Директива 1999/94 относно популяризиращата литература (ОВ L 82, 2003 г., стр. 33) тази препоръка не се прилага за услугите за телевизионно излъчване, обхванати от член 1, буква а) от Директива 89/552/ЕИО на Съвета от 3 октомври 1989 година относно координирането на някои разпоредби, формуирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до упражняване на телевизионна дейност (ОВ L 298, 1989 г., стр. 23; Специално издание на български език, 2007 г., глава 6, том 1, стр. 215), изменена с Директива № 97/36/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 30 юни 1997 г. (ОВ L 202, 1997 г., стр. 60; Специално издание на български език, 2007 г., глава 6, том 2, стр. 232) и отменена с Директива 2010/13.
- 9 Член 1, буква а) от Директива 89/552, изменена с Директива 97/36, определя понятието за телевизионно [излъчване]. В резултат на последващото изменение на тази директива с Директива 2007/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2007 г. (ОВ L 332, 2007 г., стр. 27) тази разпоредба предвижда определение на понятието „аудиовизуална медийна услуга“, което е по същество еднакво с предвиденото в член 1, параграф 1 буква а) от Директива 2010/13.

### **Германското право**

- 10 В член 5 от Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen (Pkw-ENVKV) (Наредба за предоставянето на потребителите на информация относно разхода на гориво, емисиите на CO<sub>2</sub> и консумацията на електроенергия на нови леки автомобили) от 28 май 2004 г. (BGBl. I, стр. 1474, наричана по-нататък „Pkw-ENVKV“) гласи:

„(1) Производителите и търговците, които издават, възлагат издаването, разпространяват или използват по какъвто и да е друг начин писмени рекламни материали, трябва да гарантират, че в тези документи се съдържа официална информация относно разхода на гориво и официалните специфични емисии на CO<sub>2</sub> на съответните нови модели леки автомобили съгласно раздел I от приложение 4.

(2) Параграф 1, първо изречение се прилага съответно към:

1. разпространяваните в електронен формат рекламни материали;
2. рекламата, разпространявана на електронни, магнитни или оптични информационни носители;

изключват се услугите за радиотелевизионно излъчване и аудиовизуалните медийни услуги по смисъла на член 1, параграф 1, буква а) от Директива 2010/13 [...].“

### **Спорът в главното производство и преюдициалният въпрос**

- 11 Peugeot Deutschland разпространява в Германия автомобили с марката Peugeot. В интернет приложението YouTube това дружество поддържа видеоканал, на който на 17 февруари 2014 г. е публикуван видеоклип с продължителност от около 15 секунди, озаглавен „Peugeot RCZ R Experience: Boxer“.

- 12 Deutsche Umwelthilfe предявява иск срещу Peugeot Deutschland пред Landgericht Köln (Областен съд Кьолн, Германия), като изтъква, че тъй като в този видеоклип не е посочена информация относно официалния разход на гориво и официалните специфични емисии на CO<sub>2</sub> на представения нов модел автомобил, е налице противоречие с член 5, параграф 1 от Pkw-ENVKV.
- 13 Посочената юрисдикция уважава иска на Deutsche Umwelthilfe, а Oberlandesgericht Köln (Върховен областен съд Кьолн, Германия) отхвърля подадената от Peugeot Deutschland въззивна жалба срещу това съдебно решение.
- 14 Сезирана с ревизионна жалба срещу въззивното съдебно решение, запитващата юрисдикция посочва, че разрешаването на спора в главното производство зависи от отговора на въпроса дали поддържането на канал в YouTube с рекламни видеоклипове на нови модели леки автомобили представлява „аудиовизуална медийна услуга“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква а) от Директива 2010/13. В действителност, ако това е така, Peugeot Deutschland би било освободено от наложеното с член 5, параграф 1 от Pkw-ENVKV задължение да предоставя в посочените видеоклипове официална информация относно разхода на гориво и относно официалните специфични емисии на CO<sub>2</sub> на съответните нови модели леки автомобили на основание член 5, параграф 2, първо изречение, второ предложение от същия акт. Това освобождаване от задължение би се основавало на препоръката на Комисията от 26 март 2003 г. относно прилагането за други медии на разпоредбите на Директива 1999/94 относно популяризиращата литература, като на свой ред посочената препоръка се основавала на член 9, параграф 2, първа алинея, буква в) от тази директива.
- 15 Запитващата юрисдикция счита, че разглежданият в главното производство видеоклип и видеоканал в YouTube канал не представляват „аудиовизуална медийна услуга“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква а), подточка i) от Директива 2010/13. В действителност, макар и посоченият видеоклип да може да се разглежда като „предаване“ по смисъла на посочения параграф 1, буква б), основната цел на този канал не се състои в осигуряването на предавания за информиране, забавление или образование на широката общественост, както това се изисква от същия параграф, буква а), подточка i).
- 16 Що се отнася до въпроса дали посоченият видеоклип и каналът попадат в приложното поле на член 1, параграф 1, буква а), подточка ii) от Директива 2010/13, запитващата юрисдикция поставя въпроса, като се има предвид определението в буква з) от този параграф за „аудиовизуално търговско съобщение“, дали разглежданият в главното производство видеоклип е част от съпоставимо с телевизионно излъчване „предаване“ по смисъла на буква б) от посочения параграф.
- 17 При тези условия Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) решава да спре производството по делото и да постави на Съда следния преюдициален въпрос:

„Предлага ли лицето, поддържащо видеоканал в интернет приложението YouTube, на който интернет потребителите могат да гледат кратки рекламни видеоклипове за нови модели леки автомобили, аудиовизуална медийна услуга по смисъла на член 1, параграф 1, буква а) от Директива 2010/13?“.

## По преюдициалния въпрос

- 18 С въпроса си запитващата юрисдикция иска по същество да установи дали член 1, параграф 1, буква а) от Директива 2010/13 следва да се тълкува в смисъл, че определението за аудиовизуална медийна услуга обхваща или видеоканал като разглеждания в главното производство, на който интернет потребителите могат да гледат кратки рекламни видеоклипове на нови модели леки автомобили, или някой от тези видеоклипове, разгледани самостоятелно.
- 19 В това отношение, на първо място, в определението за аудиовизуални медийни услуги по член 1, параграф 1, буква а), подточка i) от тази директива се уточнява по-специално, че става въпрос за услуга, която попада в обхвата на редакцията отговорност на даден доставчик на медийни услуги и чиято основна цел е предоставянето на предавания с цел информиране, забавление или образование на широката общественост.
- 20 Тези характерни особености на предаванията, за чието разпространение Директива 2010/13 предоставя регулаторна рамка, са подчертани в съображение 22 от директивата, което гласи, че определението на аудиовизуалните медийни услуги следва да обхваща средствата за масово осведомяване като средство за информиране, забавление или образование на широката общественост.
- 21 Същевременно не следва да се счита, че канал за рекламни видеоклипове в интернет приложението YouTube, както е разглежданият в главното производство, има за основна цел предоставянето на предавания с цел информиране, забавление или образование на широката общественост.
- 22 Всъщност, без да е необходимо да се определя дали рекламен видеоклип представлява предаване, както е посочено в член 1, параграф 1, буква а), подточка i) от Директива 2010/13 и което е дефинирано в същия параграф 1, буква б), следва да бъде констатирано, че този видеоклип има за цел да рекламира с изцяло търговска цел представения продукт или представената услуга.
- 23 В това отношение, както твърди Peugeot Deutschland, ако рекламен видеоклип може да информира, забавлява или образова зрителите, то това е единствено с предназначение и като средство за постигане на рекламната цел на разглеждания видеоклип.
- 24 Ето защо, дори и да се предположи, че каналът с рекламни видеоклипове в YouTube би могъл да удовлетвори останалите посочени в член 1, параграф 1, буква а), подточка i) от Директива 2010/13 критерии и характерни особености на аудиовизуалната медийна услуга, рекламната му цел е достатъчна, за да се бъде изключен от приложното поле на тази разпоредба.
- 25 Този извод не се поставя под съмнение от твърдението на Peugeot Deutschland, че подобно изключване би имало за последица различното третиране на неговите рекламни видеоклипове в сравнение с предаванията без рекламни цели, а това би било в противоречие с член 11 от Хартата на основните права на Европейския съюз, с който се гарантира свободата на изразяване на мнение и свободата на информация.
- 26 В това отношение е достатъчно да се отбележи, че доводът, според който принципът на равно третиране изисква рекламните видеоклипове като разглеждания в главното производство да бъдат включени в приложното поле на член 1, параграф 1, буква а), подточка i) от Директива 2010/13, се основава на погрешната предпоставка, че с оглед на преследваната от тях цел тези видеоклипове се намират в съпоставимо положение с предаванията без рекламна цел.

- 27 На второ място, аудиовизуалната медийна услуга по член 1, параграф 1, буква а), подточка ii) от Директива 2010/13 се състои от „аудиовизуално търговско съобщение“. Последното от своя страна е дефинирано в посочения параграф 1, буква з) 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. Такива образи придружават или се включват в дадено предаване срещу заплащане или подобно възнаграждение, или с цел осигуряване на самореклама. Формите на аудиовизуалното търговско съобщение включват, *inter alia*, телевизионна реклама, спонсорство, телевизионно пазаруване и позициониране на продукти“.
- 28 Видеоклипове като разглеждания в главното производство обаче не могат да се считат за придружаващи дадено предаване или за включени в него срещу заплащане или подобно възнаграждение, или с цел осигуряване на самореклама. Всъщност, доколкото видеоканал като този, с който разполага Peugeot Deutschland, съдържа единствено видеоклипове като разглеждания в главното производство, които са отделни и независими един от друг, не може основателно да се твърди, че посоченият видеоклип придружава или се включва в „предаване“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква з) от Директива 2010/13.
- 29 Освен това не следва да бъде приет доводът на Peugeot Deutschland, че образите, с които се преследва рекламна цел, се намират в началото и в края на видеоклипа, разглеждан в главното производство, а следователно и придружават или са включени в този видеоклип, представляващ сам по себе си предаване.
- 30 Всъщност не може да се приеме, че като използва термините „придружава“ и „се включва“, като се вземе предвид обичайният им смисъл, законодателят на Съюза е имал предвид отделните образи, които са част или съставляват същността на дадена програма. Видеоклип като разглеждания в главното производство обаче е с рекламно естество в неговата цялост и би било изкуствено да се твърди, че само образите в неговото начало и край служат за се преследване на рекламни цели.
- 31 От това следва, че по силата на пояснението, че аудиовизуалното търговско съобщение, както е дефинирано в член 1, параграф 1 буква з) от Директива 2010/13, се състои от образи, които придружават или са включени в дадено предаване, рекламен видеоклип като разглеждания в главното производство не попада в приложното поле на член 1, параграф 1, буква а), подточка ii) от тази директива.
- 32 Предвид изложените съображения на поставения въпрос следва да се отговори, че член 1, параграф 1, буква а) от Директива 2010/13 следва да се тълкува в смисъл, че определението за „аудиовизуална медийна услуга“ не обхваща нито видеоканал като разглеждания в главното производство, на който интернет потребителите могат да гледат кратки рекламни видеоклипове на нови модели леки пътнически автомобили, нито някой от тези видеоклипове, разгледани самостоятелно.

### **По съдебните разноски**

- 33 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 (девети състав) реши:

**Член 1, параграф 1, 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 аудиовизуални медийни услуги, следва да се тълкува в смисъл, че определението за аудиовизуална медийна услуга не обхваща нито видеоканал като разглеждания в главното производство, на който интернет потребителите могат да гледат кратки рекламни видеоклипове на нови модели леки пътнически автомобили, нито някой от тези видеоклипове, разгледани самостоятелно.**

Подписи