

Věc C-281/09

Evropská komise

v.

Španělské království

„Nesplnění povinnosti státem – Směrnice 89/552/EHS – Televizní vysílání –
Reklamní šoty – Vysílací čas“

Stanovisko generálního advokáta Y. Bota přednesené dne 7. dubna 2011 . . . I - 11813

Rozsudek Soudního dvora (prvního senátu) ze dne 24. listopadu 2011 . . . I - 11829

Shrnutí rozsudku

*Volný pohyb služeb – Televizní vysílání – Směrnice 89/552 – Pojem „reklamní šota“
(Směrnice Rady 89/552, čl. 18 odst. 2)*

Členský stát, který umožňuje, aby některé druhy reklam, jako jsou informační reklamy (infomercials), šoty televizní propagace, sponzorované reklamní šoty a reklamní mikrosdělení, byly vysílány národními televizními stanicemi po dobu přesahující maximální omezení 20% vysílacího času v průběhu jedné celé hodiny stanovené v čl. 18 odst. 2 směrnice 89/552 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání, ve znění směrnice 97/36, nesplňuje povinnosti, které pro něj vyplývají z čl. 3 odst. 2 uvedené směrnice. Tyto druhy reklam spadají pod pojem reklamní šoty, a podléhají tedy omezením vysílacího času podle posledně uvedeného ustanovení.

v zásadě představuje reklamní šot ve smyslu směrnice 89/552, pokud dotýčný druh reklamy nespadá pod jinou formu reklamy výslovně upravenou uvedenou směrnicí, jak je tomu zejména v případě teleshoppingu, nebo na základě svých způsobů prezentace nevyžaduje delší trvání než reklamní šoty, pod podmínkou, že uplatnění omezení stanovených pro uvedené šoty by znamenalo nedůvodné znevýhodnění dotčené formy reklamy ve vztahu k reklamním šotům. I když tedy daný druh reklamy inherentně, to znamená na základě svých způsobů prezentace, trvá o něco déle než obvykle trvají reklamní šoty, tato jediná skutečnost nemůže být dostatečná k tomu, aby byl kvalifikován jako „jiná forma reklamy“ ve smyslu čl. 18 odst. 1 směrnice 89/552.

Každý druh televizní reklamy vysílaný mezi pořady nebo v průběhu přestávek totiž

(viz body 52–53, 55–56 a výrok)