



Sbírka soudních rozhodnutí

Věc C-314/14

**Sanoma Media Finland Oy–Nelonen Media
proti
Viestintävirasto,**

(žádost o rozhodnutí o předběžné otázce podaná Korkein hallinto-oikeus)

„Řízení o předběžné otázce — Směrnice 2010/13/EU — Článek 19 odst. 1 — Oddělení televizní reklamy od pořadů — Rozdělená obrazovka — Článek 23 odst. 1 a 2 — Omezení doby vysílání televizních reklamních šotů na 20 % v průběhu jedné hodiny — Oznamení o sponzorství — Jiné odkazy na sponzora — „Černé vteřiny““

Shrnutí – rozsudek Soudního dvora (čtvrtého senátu) ze dne 17. února 2016

1. *Volný pohyb služeb — Televizní vysílání — Směrnice 2010/13 — Oddělení televizní reklamy od pořadů — Vnitrostátní právní úprava umožňující rozdělení obrazovky na část určenou pro závěrečné titulky pořadu a část určenou pro upoutávku na následující pořady pro účely oddělení končícího pořadu od vysílané reklamní přestávky — Absence zvukového či obrazového signálu — Přípustnost — Podmínky — Ověření vnitrostátním soudem*

(Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13, čl. 19 odst. 1)

2. *Volný pohyb služeb — Televizní vysílání — Směrnice 2010/13 — Omezení doby vysílání televizních reklamních šotů na 20 % v průběhu jedné hodiny — Označení sponzora v jiných než sponzorovaných programech — Zahrnutí*

(Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13, čl. 23 odst. 1 a 2)

3. *Volný pohyb služeb — Televizní vysílání — Směrnice 2010/13 — Omezení doby vysílání televizních reklamních šotů na 20 % v průběhu jedné hodiny — Rozsah — „Černé vteřiny“ vložené mezi jednotlivé šoty televizní reklamní přestávky či mezi tuto přestávku a televizní pořad — Zahrnutí*

(Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13, čl. 23 odst. 1)

1. Článek 19 odst. 1 směrnice 2010/13 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) musí být vykládán v tom smyslu, že nebrání takové vnitrostátní právní úpravě, která umožňuje, aby na rozdělené obrazovce běžely zároveň závěrečné titulky televizního pořadu a upoutávka na následující pořady pro účely oddělení končícího pořadu od vysílané reklamní přestávky, která za ním následuje, aniž je doprovází nebo za nimi následuje zvukový či obrazový signál, splňuje-li tento prostředek pro oddělení sám o sobě požadavky zakotvené v první větě čl. 19 odst. 1.

Z tohoto ustanovení ve spojení s bodem odůvodnění 83 uvedené směrnice vyplývá, že televizní reklama a teleshopping sice musí být zřetelně odlišeny od televizních pořadů za pomoci některého z prostředků uvedených v čl. 19 odst. 1 druhé větě směrnice, avšak tyto prostředky není nezbytné použít kumulativně. Pokud totiž jediný z nich, ať již obrazový, zvukový či prostorový, zajistí sám o sobě, aby byly plně respektovány požadavky stanovené v první větě čl. 19 odst. 1 této směrnice, nemusí členské státy vyžadovat, aby byly uvedené prostředky použity současně.

(viz body 34, 37, 39, 40, výrok 1)

2. Článek 23 odst. 2 směrnice 2010/13 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) musí být vykládán v tom smyslu, že brání tomu, aby se doba, po kterou jsou sponzorské znaky uváděny v jiných pořadech, než je sponzorovaný pořad, započítávala do maximální délky reklamního vysílání v průběhu jedné hodiny stanovené v čl. 23 odst. 1 této směrnice.

V tomto ohledu lze z ustanovení čl. 1 odst. 1 písm. h) a k) ve spojení s čl. 10 odst. 1 uvedené směrnice dovodit, že jelikož sponzor přispívá výlučně na financování služby či pořadu, jeho značky, odkazy a jiné charakteristické znaky musí být striktně spojeny se službou či pořadem financovanými tímto sponzorem. Tyto značky, odkazy či jiné charakteristické znaky sponzora musí být z tohoto důvodu uvedeny na začátku, na konci či v průběhu sponzorovaného pořadu, a nikoli mimo rámec tohoto pořadu.

Tato povinnost musí být dodržována zejména v zájmu spotřebitelů, kterými jsou televizní diváci, aby mohli jasně pochopit, že je určitý program předmětem dohody o sponzorství, a zabránit obcházení maximálního objemu reklamního vysílání v průběhu jedné hodiny stanoveného v čl. 23 odst. 1 směrnice o audiovizuálních mediálních službách.

(viz body 41, 47–49, 51, výrok 2)

3. Článek 23 odst. 1 směrnice 2010/13 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) musí být v případě, že členský stát nevyužil možnost stanovit přísnější pravidlo, než je zavedeno v tomto článku, vykládán v tom smyslu, že nejen nebrání tomu, aby byly „černé vteřiny“ vloženy mezi jednotlivé šoty televizní reklamní přestávky či mezi tuto přestávku a televizní pořad, který je vysílán po ní, zahrnuty do maximálního objemu reklamního vysílání v průběhu jedné hodiny stanoveného v tomto článku na 20 %, ale dokonce ukládá povinnost tyto vteřiny do tohoto objemu započítat.

Článek 23 odst. 1 uvedené směrnice totiž omezuje objem televizních reklamních a teleshoppingových šotů vysílaných v průběhu jedné hodiny za účelem zajistit správné naplnění základního účelu této směrnice, kterým je ochrana spotřebitelů, jimiž jsou televizní diváci, proti nadměrné televizní reklamě. Toto ustanovení proto členským státům neumožňuje zkrátit ve prospěch reklamy minimální objem vysílacího času, který má být věnován vysílání pořadů či jiného redakčního obsahu, na méně než 80 % během dané hodiny.

Pokud přitom členský stát neomezil objem televizního reklamního vysílání více, než je stanoveno v čl. 23 odst. 1 směrnice o audiovizuálních mediálních službách, vůle unijního normotvůrce by nebyla respektována, pokud by uvedené „černé vteřiny“ nebyly považovány za televizní reklamní vysílání pro účely tohoto ustanovení. To by totiž zkrátilo čas vyhrazený pro vysílání pořadů a jiného redakčního obsahu během jedné hodiny – pod hranici implicitně zaručenou v uvedeném ustanovení – o dobu odpovídající takovým „černým vteřinám“.

(viz body 59–62, výrok 3)