



Συλλογή της Νομολογίας

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (ένατο τμήμα)

της 21ης Φεβρουαρίου 2018*

«Προδικαστική παραπομπή – Ελεύθερη παροχή υπηρεσιών – Οδηγία 2010/13/ΕΕ – Ορισμοί – Έννοια της “υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων” – Πεδίο εφαρμογής – Κανάλι διαφημιστικών βίντεο για μοντέλα νέων επιβατηγών αυτοκινήτων διαθέσιμο στην υπηρεσία διαδικτύου YouTube»

Στην υπόθεση C-132/17,

με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως δυνάμει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ, που υπέβαλε το Bundesgerichtshof (ομοσπονδιακό ακυρωτικό δικαστήριο, Γερμανία) με απόφαση της 12ης Ιανουαρίου 2017, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 14 Μαρτίου 2017, στο πλαίσιο της δίκης

Peugeot Deutschland GmbH

κατά

Deutsche Umwelthilfe eV,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (ένατο τμήμα),

συγκείμενο από τους C. Vajda (εισηγητή), πρόεδρο τμήματος, E. Juhász και K. Λυκούργο, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: H. Saugmandsgaard Øe

γραμματέας: A. Calot Escobar

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία,

λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

- η Peugeot Deutschland GmbH, εκπροσωπούμενη από τους L. Pechan και H. Prange, Rechtsanwälte,
- η Deutsche Umwelthilfe eV, εκπροσωπούμενη από την J. Schütt, Rechtsanwältin,
- η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκπροσωπούμενη από τους G. Braun και K.-P. Wojcik,

κατόπιν της αποφάσεως που έλαβε, αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα, να εκδικάσει την υπόθεση χωρίς ανάπτυξη προτάσεων,

εκδίδει την ακόλουθη

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

Απόφαση

- 1 Η αίτηση προδικαστικής απόφασεως αφορά την ερμηνεία του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 10ης Μαρτίου 2010, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων) (ΕΕ 2010, L 95, σ. 1).
- 2 Η αίτηση αυτή υποβλήθηκε στο πλαίσιο ένδικης διαφοράς μεταξύ της Peugeot Deutschland GmbH και της Deutsche Umwelthilfe eV σχετικά με τη δημοσίευση από την Peugeot Deutschland, στο κανάλι βίντεο που διαχειρίζεται στην υπηρεσία διαδικτύου YouTube, βίντεο μικρής διάρκειας για ένα μοντέλο νέου επιβατηγού αυτοκινήτου, χωρίς να περιλάβει σε αυτό στοιχεία για την επίσημη κατανάλωση καυσίμου και τις επίσημες εκπομπές CO₂ του μοντέλου αυτού.

Το νομικό πλαίσιο

Το δίκαιο της Ένωσης

- 3 Η αιτιολογική σκέψη 22 της οδηγίας 2010/13 αναφέρει τα εξής:

«Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας, στον ορισμό των υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων θα πρέπει να περιλαμβάνονται τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στην ενημερωτική, ψυχαγωγική και εκπαιδευτική για το κοινό λειτουργία τους, και οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις, αποκλείεται όμως κάθε μορφή ιδιωτικής αλληλογραφίας, όπως ηλεκτρονικά μηνύματα που αποστέλλονται σε περιορισμένο αριθμό αποδεκτών. Από τον ορισμό θα πρέπει να αποκλείονται όλες οι υπηρεσίες οι οποίες δεν έχουν ως κύριο σκοπό την παροχή προγραμμάτων, δηλαδή όπου το οπτικοακουστικό περιεχόμενο είναι απλώς συμπτωματικό ως προς την υπηρεσία και δεν αποτελεί τον κύριο σκοπό της. [...]»

- 4 Το άρθρο 1, παράγραφος 1, της οδηγίας αυτής ορίζει τα εξής:

«Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας, ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

α) “υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων”:

- i) υπηρεσία όπως ορίζεται στα άρθρα 56 και 57 της συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία τελεί υπό τη συντακτική ευθύνη παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων, κύριος σκοπός της οποίας είναι η παροχή προγραμμάτων με σκοπό την ενημέρωση, την ψυχαγωγία ή την εκπαίδευση του ευρέως κοινού μέσω δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο α) της οδηγίας 2002/21/ΕΚ. Οι εν λόγω υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων είναι είτε τηλεοπτικές εκπομπές, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο στοιχείο ε) της παρούσας παραγράφου, είτε κατά παραγγελία υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο στοιχείο ζ) της παρούσας παραγράφου·
- ii) οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση·

β) “πρόγραμμα”: σειρά κινούμενων εικόνων με ή χωρίς ήχο η οποία συνιστά μεμονωμένο στοιχείο στο πλαίσιο προγραμματισμού ή καταλόγου που καθορίζεται από πάροχο υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων και της οποίας η μορφή και το περιεχόμενο είναι συγκρίσιμα με τη μορφή και το περιεχόμενο τηλεοπτικής εκπομπής. Ως παραδείγματα προγραμμάτων αναφέρονται οι ταινίες μεγάλου μήκους, οι αθλητικές διοργανώσεις, οι κωμικές σειρές, τα ντοκιμαντέρ, τα παιδικά προγράμματα και τα δραματοποιημένα έργα·

[...]

ε) “τηλεοπτική εκπομπή” (ήτοι γραμμική υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων): υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων που παρέχεται από πάροχο υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων για ταυτόχρονη παρακολούθηση προγραμμάτων με βάση έναν προγραμματισμό μεταδόσεων·

[...]

ζ) “κατά παραγγελία υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων” (ήτοι μη γραμμική υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων): υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων που παρέχεται από πάροχο υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων για την παρακολούθηση προγραμμάτων σε χρονική στιγμή που επιλέγει ο χρήστης και, κατόπιν δικού του αιτήματος, από κατάλογο προγραμμάτων που έχει επιλέξει ο πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων·

η) “οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση”: εικόνες με ή χωρίς ήχο που προορίζονται για την άμεση ή έμμεση προώθηση των εμπορευμάτων, υπηρεσιών ή της εικόνας ενός φυσικού ή νομικού προσώπου που ασκεί οικονομική δραστηριότητα. Οι εικόνες αυτές συνοδεύουν ή περιλαμβάνονται σε πρόγραμμα έναντι πληρωμής ή ανάλογου ανταλλάγματος ή για λόγους αυτοπροβολής. Μεταξύ των μορφών οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η τηλεοπτική διαφήμιση, η χορηγία, η τηλεπώληση και η τοποθέτηση προϊόντος·

[...]».

- 5 Το άρθρο 6 της οδηγίας 1999/94/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 13ης Δεκεμβρίου 1999, για τις πληροφορίες που πρέπει να τίθενται στη διάθεση των καταναλωτών σχετικά με την οικονομία καυσίμου και τις εκπομπές CO₂ όσον αφορά την εμπορία νέων επιβατηγών αυτοκινήτων (ΕΕ 2000, L 12, σ. 16), όπως τροποποιήθηκε με τον κανονισμό (ΕΚ) 1137/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου 2008 (ΕΕ 2008, L 311, σ. 1) (στο εξής: οδηγία 1999/94), έχει ως εξής:

«Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι όλα τα διαφημιστικά έντυπα περιέχουν τα στοιχεία για την επίσημη κατανάλωση καυσίμου και για τις επίσημες ειδικές εκπομπές CO₂ των οικείων μοντέλων επιβατηγών αυτοκινήτων σύμφωνα με τις απαιτήσεις του παραρτήματος IV.

Τα κράτη μέλη παρέχουν, εάν χρειαστεί, και άλλο διαφημιστικό υλικό, εκτός από τα προαναφερόμενα διαφημιστικά έντυπα, στο οποίο αναγράφονται οι επίσημες εκπομπές CO₂ και η επίσημη κατανάλωση καυσίμου του συγκεκριμένου μοντέλου αυτοκινήτου.»

- 6 Η έννοια των «διαφημιστικών εντύπων» ορίζεται στο άρθρο 2, σημείο 9, της οδηγίας 1999/94 ως «όλο το έντυπο υλικό που χρησιμοποιείται για την εμπορία, διαφήμιση και προώθηση οχημάτων στο ευρύ κοινό. Περιλαμβάνει, τουλάχιστον, τεχνικά εγχειρίδια, φυλλάδια, διαφημίσεις σε εφημερίδες, περιοδικά και εμπορικό τύπο και αφίσες».
- 7 Το άρθρο 9, παράγραφος 2, πρώτο εδάφιο, στοιχείο γ', της οδηγίας αυτής προβλέπει ότι η Επιτροπή λαμβάνει μέτρα «τα οποία αποσκοπούν στη θέσπιση συστάσεων ώστε να καταστεί δυνατή η εφαρμογή των αρχών των διατάξεων περί διαφημιστικών εντύπων που μνημονεύονται στο άρθρο 6, πρώτη παράγραφος[, της ίδιας οδηγίας] και σε άλλα μέσα ενημέρωσης και διαφημιστικό υλικό».
- 8 Η σύσταση της Επιτροπής, της 26ης Μαρτίου 2003, για την εφαρμογή, σε άλλα μέσα, των διατάξεων της οδηγίας 1999/94 που αφορούν τα διαφημιστικά έντυπα (ΕΕ 2003, L 82, σ. 33), ορίζει, στην παράγραφο 4, δεύτερο εδάφιο, δεύτερη περίπτωση, ότι δεν εφαρμόζεται στις τηλεοπτικές υπηρεσίες που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 3ης Οκτωβρίου 1989, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων (ΕΕ

1989, L 298, σ. 23), όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 97/36/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 30ής Ιουνίου 1997 (ΕΕ 1997, L 202, σ. 60), και καταργήθηκε με την οδηγία 2010/13.

- 9 Το άρθρο 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/552, όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 97/36, όριζε την έννοια της «τηλεοπτικής μετάδοσης». Μετά την τελευταία τροποποίηση της οδηγίας αυτής από την οδηγία 2007/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Δεκεμβρίου 2007 (ΕΕ 2007, L 332, σ. 27), η διάταξη αυτή προέβλεπε έναν ορισμό της έννοιας «υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων» ουσιαστικά πανομοιότυπο με αυτόν που προβλέπεται στο άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13.

Το γερμανικό δίκαιο

- 10 Το άρθρο 5 της Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen (Pkw-ENVKV) (κανονιστική πράξη για τις πληροφορίες που πρέπει να τίθενται στη διάθεση των καταναλωτών σχετικά με την οικονομία καυσίμου, τις εκπομπές CO₂ και την κατανάλωση ρεύματος των νέων επιβατηγών αυτοκινήτων), της 28ης Μαΐου 2004 (BGBl. I, σ. 1474, στο εξής: Pkw-ENVKV), ορίζει τα ακόλουθα:

«(1) Οι κατασκευαστές και οι πωλητές που συντάσσουν οι ίδιοι, αναθέτουν σε τρίτους τη σύνταξη, διανέμουν ή χρησιμοποιούν με οποιονδήποτε άλλο τρόπο διαφημιστικά έντυπα πρέπει να διασφαλίζουν ότι τα εν λόγω έντυπα περιλαμβάνουν πληροφορίες για την επίσημη κατανάλωση καυσίμου και τις επίσημες ειδικές εκπομπές CO₂ των οικείων μοντέλων νέων επιβατηγών αυτοκινήτων σύμφωνα με το κεφάλαιο I του παραρτήματος 4.

(2) Η παράγραφος 1, πρώτο εδάφιο, εφαρμόζεται αναλόγως:

1. ως προς το διαφημιστικό υλικό που προβάλλεται με ηλεκτρονικά μέσα·
2. ως προς τη διαφήμιση με ηλεκτρονικά, μαγνητικά ή οπτικά μέσα.

Δεν έχει εφαρμογή στις ραδιοφωνικές υπηρεσίες και τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων κατά την έννοια του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13 [...].»

Η διαφορά της κύριας δίκης και το προδικαστικό ερώτημα

- 11 Η Peugeot Deutschland εμπορεύεται στη Γερμανία αυτοκίνητα σήματος Peugeot. Διαχειρίζεται ένα κανάλι βίντεο στην υπηρεσία διαδικτύου YouTube, μέσω του οποίου δημοσίευσε, στις 17 Φεβρουαρίου 2014, βίντεο διάρκειας περίπου δεκαπέντε δευτερολέπτων με τίτλο «Peugeot RCZ R Experience: Boxer».
- 12 Η Deutsche Umwelthilfe προσέφυγε κατά της Peugeot Deutschland ενώπιον του Landgericht Köln (πρωτοβάθμιο περιφερειακό δικαστήριο της Κολωνίας, Γερμανία), ισχυριζόμενη ότι η έλλειψη αναφοράς στο εν λόγω βίντεο των πληροφοριών για την επίσημη κατανάλωση καυσίμου και τις επίσημες ειδικές εκπομπές CO₂ του νέου μοντέλου οχήματος που παρουσιάστηκε εκεί ήταν αντίθετη προς το άρθρο 5, παράγραφος 1, της Pkw-ENVKV.
- 13 Το εν λόγω δικαστήριο δέχθηκε την αγωγή της Deutsche Umwelthilfe και το Oberlandesgericht Köln (περιφερειακό εφετείο Κολωνίας, Γερμανία) απέρριψε την έφεση που άσκησε η Peugeot Deutschland κατά της αποφάσεως αυτής.

- 14 Επιληφθέν της αιτήσεως αναίρεσεως [Revision] κατά της αποφάσεως του δευτεροβάθμιου δικαστηρίου, το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι η επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης εξαρτάται από το αν η παροχή στο YouTube ενός καναλιού προβολής βίντεο που διαφημίζουν μοντέλα νέων επιβατηγών αυτοκινήτων αποτελεί «υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων» κατά την έννοια του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση που ίσχυε αυτό, η Peugeot Deutschland θα εξαιρούνταν από την υποχρέωση που επιβάλλεται από το άρθρο 5, παράγραφος 1, της Pkw-ENVKV να παράσχει με τα εν λόγω βίντεο πληροφορίες σχετικά με την επίσημη κατανάλωση καυσίμου και τις επίσημες ειδικές εκπομπές CO₂ των οικείων μοντέλων, δυνάμει του άρθρου 5, παράγραφος 2, πρώτη περίοδος, δεύτερο σκέλος της περιόδου. Η εξαίρεση αυτή στηρίζεται στη σύσταση της Επιτροπής της 26ης Μαρτίου 2003, για την εφαρμογή, σε άλλα μέσα, των διατάξεων της οδηγίας 1999/94 που αφορούν τα διαφημιστικά έντυπα, η δε σύσταση αυτή στηρίζεται με τη σειρά της στο άρθρο 9, παράγραφος 2, πρώτο εδάφιο, στοιχείο γ', της οδηγίας αυτής.
- 15 Το αιτούν δικαστήριο εκτιμά ότι τα επίμαχα στην κύρια δίκη βίντεο και κανάλι YouTube δεν αποτελούν «υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων» κατά την έννοια του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο i, της οδηγίας 2010/13. Συγκεκριμένα, ακόμη και αν το βίντεο αυτό μπορεί να θεωρηθεί «πρόγραμμα», κατά την έννοια της παραγράφου 1, στοιχείο β', κύριος σκοπός του εν λόγω καναλιού δεν είναι, πάντως, η παροχή προγραμμάτων με σκοπό την ενημέρωση, την ψυχαγωγία ή την εκπαίδευση του ευρέος κοινού, όπως απαιτεί η ανωτέρω παράγραφος, στοιχείο α', σημείο i.
- 16 Όσον αφορά το ζήτημα αν το εν λόγω βίντεο και το εν λόγω κανάλι εμπίπτουν στο άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο ii, της οδηγίας 2010/13, το αιτούν δικαστήριο διερωτάται, λαμβανομένου υπόψη του ορισμού της «οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης» που προβλέπεται στην παράγραφο αυτή, στοιχείο η', αν το επίμαχο στην κύρια δίκη βίντεο αποτελεί μέρος «προγράμματος», κατά την έννοια της παραγράφου αυτής, στοιχείο β', το οποίο είναι συγκρίσιμο με τηλεοπτική εκπομπή.
- 17 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Bundesgerichtshof (ομοσπονδιακό ακυρωτικό δικαστήριο, Γερμανία) αποφάσισε να αναστείλει τη διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο το ακόλουθο προδικαστικό ερώτημα:

«Παρέχει υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων κατά την έννοια του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13 όποιος διαχειρίζεται κανάλι βίντεο στην υπηρεσία διαδικτύου YouTube, από το οποίο οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να τηλεφορτώνουν μικρής διάρκειας διαφημιστικά βίντεο για μοντέλα νέων επιβατηγών αυτοκινήτων;»

Επί του προδικαστικού ερωτήματος

- 18 Με το ερώτημά του, το αιτούν δικαστήριο ερωτά, ουσιαστικά, αν το άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13 πρέπει να ερμηνευτεί υπό την έννοια ότι ο ορισμός της «υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων» περιλαμβάνει είτε κανάλι βίντεο, όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, από το οποίο οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να τηλεφορτώνουν μικρής διάρκειας διαφημιστικά βίντεο για μοντέλα νέων επιβατηγών αυτοκινήτων, είτε τέτοιου είδους μεμονωμένο βίντεο.
- 19 Συναφώς, καταρχάς, ο ορισμός της «υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων» που προβλέπεται στο άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο i, της οδηγίας αυτής διευκρινίζει ότι πρόκειται για υπηρεσία η οποία τελεί υπό τη συντακτική ευθύνη παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων, κύριος σκοπός της οποίας είναι η παροχή προγραμμάτων με σκοπό την ενημέρωση, την ψυχαγωγία ή την εκπαίδευση του ευρέος κοινού.

- 20 Τα χαρακτηριστικά αυτά των προγραμμάτων, για τη μετάδοση των οποίων η οδηγία 2010/13 παρέχει ένα κανονιστικό πλαίσιο, παρατίθενται στην αιτιολογική της σκέψη 22, η οποία αναφέρει ότι στον ορισμό των υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων θα πρέπει να περιλαμβάνονται τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στην ενημερωτική, ψυχαγωγική και εκπαιδευτική για το κοινό λειτουργία τους.
- 21 Ωστόσο, ένα κανάλι διαφημιστικών βίντεο στην υπηρεσία διαδικτύου YouTube, όπως αυτό που αποτελεί αντικείμενο της διαφοράς της κύριας δίκης, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει ως κύριο σκοπό την παροχή προγραμμάτων με σκοπό την ενημέρωση, την ψυχαγωγία ή την εκπαίδευση του ευρέος κοινού.
- 22 Πράγματι, και χωρίς να είναι απαραίτητο να εξεταστεί αν ένα διαφημιστικό βίντεο αποτελεί πρόγραμμα, όπως προβλέπεται στο άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο i, της οδηγίας 2010/13 και ορίζεται στην ίδια παράγραφο 1, στοιχείο β', επιβάλλεται η διαπίστωση ότι ένα τέτοιου είδους βίντεο έχει ως στόχο την προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προβάλλεται για αμιγώς εμπορικούς σκοπούς.
- 23 Συναφώς, στο μέτρο που ένα διαφημιστικό βίντεο μπορεί να ενημερώσει, να ψυχαγωγήσει ή ακόμη να εκπαιδεύσει τους θεατές, όπως υποστηρίζει η Peugeot Deutschland, τούτο γίνεται με μοναδικό σκοπό και ως μέσο για να εξυπηρετηθεί ο διαφημιστικός προορισμός του συγκεκριμένου βίντεο.
- 24 Επομένως, ακόμη και αν ένα κανάλι διαφημιστικών βίντεο στην υπηρεσία διαδικτύου YouTube πληροί τα υπόλοιπα κριτήρια και χαρακτηριστικά της υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων που αναφέρονται στο άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο i, της οδηγίας 2010/13, ο διαφημιστικός του σκοπός αρκεί για να το εξαιρέσει από το πεδίο εφαρμογής της εν λόγω διατάξεως.
- 25 Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται από τον ισχυρισμό της Peugeot Deutschland ότι η εξαίρεση αυτή επιφυλάσσει διαφορετική μεταχείριση στα διαφημιστικά βίντεο έναντι των προγραμμάτων που δεν έχουν διαφημιστικούς σκοπούς, γεγονός που θα ήταν αντίθετο με το άρθρο 11 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ελευθερία της έκφρασης και της πληροφόρησης.
- 26 Συναφώς, αρκεί να επισημανθεί ότι το επιχείρημα κατά το οποίο η αρχή της ίσης μεταχείρισης απαιτεί να συμπεριληφθεί ένα κανάλι διαφημιστικών βίντεο, όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο i, της οδηγίας 2010/13 στηρίζεται στην εσφαλμένη υπόθεση ότι, βάσει του σκοπού που επιδιώκουν, τα βίντεο αυτά τελούν σε συγκρίσιμη κατάσταση με τα μη διαφημιστικά προγράμματα.
- 27 Δεύτερον, η υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων που προβλέπεται στο άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο ii, της οδηγίας 2010/13 αποτελεί «οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση». Η τελευταία ορίζεται στην παράγραφο 1, στοιχείο η', ως «εικόνες με ή χωρίς ήχο που προορίζονται για την άμεση ή έμμεση προώθηση των εμπορευμάτων, υπηρεσιών ή της εικόνας ενός φυσικού ή νομικού προσώπου που ασκεί οικονομική δραστηριότητα. Οι εικόνες αυτές συνοδεύουν ή περιλαμβάνονται σε πρόγραμμα έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος ή για λόγους αυτοπροβολής. Μεταξύ των μορφών οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η τηλεοπτική διαφήμιση, η χορηγία, η τηλεπώληση και η τοποθέτηση προϊόντος».
- 28 Ωστόσο, ένα βίντεο όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη δεν θεωρείται ότι συνοδεύει ή περιλαμβάνεται σε πρόγραμμα έναντι πληρωμής ή άλλης αντιπαροχής ή για λόγους αυτοπροβολής. Πράγματι, στο μέτρο που ένα κανάλι βίντεο, όπως αυτό που διαχειρίζεται η Peugeot Deutschland, περιλαμβάνει μόνο βίντεο, όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, τα οποία συνιστούν αυτοτελή και ανεξάρτητα μεταξύ τους μέρη, δεν μπορεί βασίμως να υποστηριχθεί ότι το εν λόγω βίντεο συνοδεύει ή περιλαμβάνεται σε «πρόγραμμα», κατά την έννοια του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2010/13.

- 29 Επιπλέον, δεν μπορεί να γίνει δεκτός ο ισχυρισμός της Peugeot Deutschland, σύμφωνα με τον οποίο εικόνες που επιδιώκουν διαφημιστικούς σκοπούς εντοπίζονται στην αρχή καθώς και στο τέλος του επίμαχου στην κύρια δίκη βίντεο και, ως εκ τούτου, συνοδεύουν ή περιλαμβάνονται στο εν λόγω βίντεο, το οποίο αποτελεί «πρόγραμμα».
- 30 Πράγματι, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι ο νομοθέτης της Ένωσης, χρησιμοποιώντας τους όρους «συνοδεύει» και «περιλαμβάνεται», λαμβανομένης υπόψη της συνήθους σημασίας τους, αναφερόταν σε μεμονωμένες εικόνες, οι οποίες αποτελούν κομμάτι, ή ακόμη συνιστούν το βασικό μέρος, ενός προγράμματος. Ωστόσο, ένα βίντεο όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη έχει εξ ολοκλήρου διαφημιστικό χαρακτήρα και είναι τεχνητός ο ισχυρισμός ότι μόνον οι εικόνες που εντοπίζονται στην αρχή και στο τέλος του επιδιώκουν διαφημιστικούς σκοπούς.
- 31 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι, δυνάμει της διευκρίνισης ότι μια οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση, όπως ορίζεται στο άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2010/13, αποτελείται από εικόνες που συνοδεύουν ή περιλαμβάνονται σε πρόγραμμα, ένα διαφημιστικό βίντεο όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', σημείο ii, της οδηγίας αυτής.
- 32 Βάσει των ανωτέρω σκέψεων, στο υποβληθέν ερώτημα πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13 έχει την έννοια ότι στον ορισμό της «υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων» δεν εμπίπτουν ούτε ένα κανάλι βίντεο, όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, από το οποίο οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να τηλεφορτώνουν μικρής διάρκειας διαφημιστικά βίντεο για μοντέλα νέων επιβατηγών αυτοκινήτων ούτε ένα από αυτά τα βίντεο μεμονωμένως λαμβανόμενο.

Επί των δικαστικών εξόδων

- 33 Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κύριας δίκης τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου, σ' αυτό εναπόκειται να αποφανθεί επί των δικαστικών εξόδων. Τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκαν όσοι υπέβαλαν παρατηρήσεις στο Δικαστήριο, πλην των ως άνω διαδίκων, δεν αποδίδονται.

Για τους λόγους αυτούς, το Δικαστήριο (ένατο τμήμα) αποφαινεται:

Το άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 10ης Μαρτίου 2010, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων), έχει την έννοια ότι στον ορισμό της «υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων» δεν εμπίπτουν ούτε ένα κανάλι βίντεο, όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, από το οποίο οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να τηλεφορτώνουν μικρής διάρκειας διαφημιστικά βίντεο για νέα μοντέλα επιβατηγών αυτοκινήτων ούτε ένα από αυτά τα βίντεο μεμονωμένως λαμβανόμενο.

(υπογραφές)