



# Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (kolmas koda)

30. jaanuar 2024\*

Eelotsusetaotlus – Direktiiv 2010/13/EL – Audiovisuaalmeedia teenused – Artikli 23 lõiked 1 ja 2 – Telereklaami edastamisajale kehtestatud piirangud – Erandid – Mõiste „teadaanded, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega“ – Teadaanded, mida selline teenuseosutaja edastab selleks, et reklaamida televisiooniteenuse osutajaga samasse televisiooni- ja raadiokontserni kuuluva raadiojaama saateid

Kohtuasjas C-255/21,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Consiglio di Stato (kõrgeima halduskohtuna tegutsev riiginõukogu, Itaalia) 25. märtsi 2021. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 21. aprillil 2021, menetluses

**Reti Televisive Italiane SpA (RTI)**

*versus*

**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM),**

menetluses osalesid:

**Elemedia SpA,**

**Radio Dimensione Suono SpA,**

**RTL 102, 500 Hit Radio Srl,**

EUROOPA KOHUS (kolmas koda),

koosseisus: koja president K. Jürimäe, kohtunikud N. Piçarra (ettekandja), M. Safjan, N. Jääskinen ja M. Gavalec,

kohtujurist: J. Kokott,

kohtusekretär: ametnik C. Di Bella,

arvestades kirjalikku menetlust ja 14. septembri 2022. aasta kohtuistungil esitatut,

\* Kohtumenetluse keel: itaalia.

arvestades seisukohti, mille esitasid:

- Reti Televisive Italiane SpA (RTI), esindajad: *avvocati* F. Lepri, M. Molino ja G. Rossi,
- Elemedia SpA, Radio Dimensione Suono SpA ja RTL 102,500 Hit Radio Srl, esindaja: *avvocato* F. Di Ciommo,
- Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato* R. Guizzi,
- Poola valitsus, esindaja: B. Majczyna,
- Euroopa Komisjon, esindajad: G. Braun ja L. Malferrari,

olles 13. juuli 2023. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

### **otsuse**

- 1 Eelotsusetaotlus käsitleb küsimust, kuidas tõlgendada Euroopa Parlamendi ja nõukogu 10. märtsi 2010. aasta direktiivi 2010/13/EL audiovisuaalmeedia teenuste osutamist käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide koordineerimise kohta (audiovisuaalmeedia teenuste direktiiv) (ELT 2010, L 95, lk 1; parandus ELT 2018, L 238, lk 112) artikli 23 lõiget 1 ja lõike 2 punkti a ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. novembri 2018. aasta direktiivi (EL) 2018/1808 (ELT 2018, L 303, lk 69), millega on esimesena osutatud direktiivi muudetud, kuid mis ei ole põhikohtuasjale *ratione temporis* kohaldatav, põhjendust 43.
- 2 Taotlus on esitatud Reti Televisive Italiane SpA (RTI) ja Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) (sideteenuste tagamise amet, Itaalia) vahelises kohtuvaidluses selle üle, kas on õiguspärased nimetatud ameti kolm otsust, millega karistati RTId selle eest, et telekanalid Canale 5, Italia 1 ja Rete 4 olid rikkunud telereklaami edastamisaja piiranguid käsitlevaid Itaalia õigusnorme.

### **Õiguslik raamistik**

#### ***Liidu õigus***

##### *Direktiiv 2010/13*

- 3 Direktiivi 2010/13 põhjendustes 23, 25, 87, 96 ja 97 on märgitud:

„(23) Käesoleva direktiivi kohaldamisel peaks mõiste „audiovisuaalne“ osutama liikuvatele piltidele koos heliga või ilma, hõlmates seega tummfilme, kuid mitte audioülekandeid ega raadioteenuseid. [...]

[...]

(25) Mõiste „toimetust vastutus“ on oluline meediateenuse osutaja rolli ja seoses sellega audiovisuaalmeedia teenuste määratlemisel. Liikmesriigid võivad käesoleva direktiivi rakendamiseks vajalike meetmete vastuvõtmisel toimetust vastutuse mõistet täpsustada, eelkõige „tõhusa kontrolli“ tähenduse osas. [...]

[...]

(87) Tuleks sätestada limiit 20% telereklaamilõike ja otsepakkumiste lõike tunnis, mis kehtivad samuti tipptunni kohta. Telereklaamilõigu all tuleks mõista kuni 12 minuti pikkust televisioonireklaami artikli 1 lõike 1 punkti i tähenduses.

[...]

(96) On vaja selgitada, et enesetutvustus on eriline reklaamivorm, milles televisiooniteenuse osutaja reklaamib oma tooteid, teenuseid, saateid või kanaleid. Saadetenähtude tuleks käsitleda eelkõige saatelõikudest koosnevaid reklaamikatkendeid.

(97) Televisiooniteenuse osutaja enda saatete ja nendest otseselt tulenevate kõrvaltoodetega seotud teadaannetele ning ametlikele teadaannetele ja tasuta edastatavatele heategevusega seotud üleskutsetele eraldatavat päevamahtu ei peaks arvatama maksimaalsete päeva- või tunnimahtude hulka, mida võib eraldada reklaamile ja otsepakkumistele.“

4 Nimetatud direktiivi artikli 1 lõikes 1 on sätestatud:

„[...]

a) „audiovisuaalmeedia teenus“ –

- i) teenus [ELTL] artiklites 56 ja 57 määratletud tähenduses, kui teenuse või selle eristatava osa peamine eesmärk on pakkuda [...] meediateenuse osutaja toimetust vastutuse all üldsusele teavitust, meelelahutuslikke või hariduslikke saateid[...];
- ii) audiovisuaalne äriteade;

b) „saade“ – heliga või helita liikuvate kujutiste kogum, mis moodustab meediateenuse osutaja koostatud kava või kataloogi raames eraldi elemendi ning mille vorm ja sisu on võrreldavad televisiooniteenuse vormi ja sisuga. Saate näideteks on pikad mängufilmid, spordisündmuste ülekanded, situatsioonikomöödiad, dokumentaalfilmid, lastesaated ja algupärased lavastused;

c) „toimetust vastutus“ – tõhus kontroll nii saatete valiku kui ka nende (teleülekanne puhul saatetekava või tellitavate audiovisuaalmeedia teenuste puhul programmikataloogi) ülesehituse üle. Toimetust vastutus ei tähenda tingimata riigi õiguse kohast juriidilist vastutust osutatavate teenuste või sisu eest;

d) „meediateenuse osutaja“ – füüsiline või juriidiline isik, kellel on toimetust vastutus audiovisuaalmeedia teenuse audiovisuaalse sisu valikul ja kes määrab selle esitamise viisi;

e) „televisiooniteenus“ või „teleülekanne“ (st lineaarne audiovisuaalmeedia teenus) – audiovisuaalmeedia teenus, mida osutab meediateenuse osutaja saatetekava alusel saatete samaaegseks vaatamiseks;

f) „televisiooniteenuse osutaja“ – teleülekanneid edastav meediateenuse osutaja;

[...]

- h) „audiovisuaalne äriline teadaanne“ – heliga või helita kujutised, mis on mõeldud majandustegevusega tegeleva füüsilise või juriidilise isiku kaupade, teenuste või maine otseseks või kaudseks reklaamimiseks. Sellised kujutised kaasnevad saatega või on sellesse lisatud tasu või muu samalaadse hüvitise eest või enese reklaamimiseks. Audiovisuaalse ärilise teadaande vormid on muu hulgas telereklaam, sponsorlus, otsepakkumised ja tootepaigutus;
- i) „telereklaam“ – igasugune kaubanduse, äri, oskustöö või kutsealaga seotud teadaanne, mida avalik-õiguslik isik või eraettevõtja või füüsiline isik edastab tasu või muu samalaadse hüvitise eest või enese reklaamimiseks, et reklaamida tasu eest pakutavaid kaupu või osutatavaid teenuseid, kaasa arvatud kinnisvara ning õigused ja kohustused;

[...]“.

- 5 Direktiivi 2010/13 artikkel 23 nägi ette:

„1. Telereklaamilõikude ja otsepakkumiste lõikude osakaal ühes tunnis ei tohi ületada 20%.

2. Lõiget 1 ei kohaldata teadaannete suhtes, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega, ning otseselt nendest saadetest tulenevate lisatoodete, sponsorlusteadete ja tootepaigutuse suhtes.“

*Direktiiv 2018/1808*

- 6 Direktiivi 2018/1808 põhjenduses 43 on märgitud:

„Saateaga, mis eraldatakse televisiooniteenuse osutaja enda saadetega ja neist saadetest otseselt tulenevate kõrvaltoodetega seotud teadaannetele ning ametlikele teadaannetele ja heategevusega seotud üleskutsetele, mida edastatakse tasuta (välja arvatud selliste üleskutsete edastamise kulud), ei tohiks arvata maksimaalse saateaja hulka, mida võib eraldada telereklaamile ja otsepakkumistele. Peale selle kuuluvad mitmed televisiooniteenuse osutajad suurematesse televisiooniteenuste kontsernidesse ja esitavad teadaandeid mitte ainult oma saadete ja neist saadetest otseselt tulenevate kõrvaltoodete kohta, vaid ka samasse televisiooniteenuste kontserni kuuluvate teiste ettevõtjate saadete ja audiovisuaalmeedia teenuste kohta. Saateaga, mis eraldatakse sellistele teadaannetele, ei tohiks samuti arvata saateaja hulka, mida võib eraldada telereklaamile ja otsepakkumistele.“

- 7 Nimetatud direktiivi artikli 1 punkti 21 kohaselt asendati direktiivi 2010/13 artikkel 23 järgmisega:

„1. Telereklaami ja otsepakkumiste lõikude osakaal ajavahemikus 06.00–18.00 ei tohi ületada 20% sellest ajavahemikust. Telereklaami ja otsepakkumiste lõikude osakaal ajavahemikus 18.00–24.00 ei tohi ületada 20% sellest ajavahemikust.

2. Lõiget 1 ei kohaldata

- a) teadaannete suhtes, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega, ning otseselt nendest saadetest tulenevate lisatoodetega või samasse televisiooniteenuste kontserni kuuluvate teiste ettevõtjate saadetega ja audiovisuaalmeedia teenustega;

- b) sponsorlusteadete suhtes;
- c) tootepaigutuse suhtes;
- d) toimetatava sisu ning telereklaami- või otsepakkumiste lõikude vaheliste ja üksikute reklaamide vaheliste neutraalsete kaadrite suhtes.“

### ***Itaalia õigus***

- 8 31. juuli 2005. aasta seadusandliku dekreeedi nr 177 „Audiovisuaalmeedia- ja raadioteenuseid käsitlevate sätete konsolideeritud redaktsioon“ (decreto legislativo n. 177 – Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici; *GURI* nr 208 regulaarne lisa nr 150, 7.9.2005) (edaspidi „seadusandlik dekreet nr 177/2005“) artikli 38 lõigetes 2 ja 6 on sätestatud:

„2. Nende telereklaamilõikude maht, mida edastab üle riigi televisiooniteenuse, sh analoogteenuse osutaja, kes ei ole üldkasutatava avalik-õigusliku televisiooniteenuse kontsessioonäär, ei tohi ületada 15% saatekava päevamahust ja 18% ühest tunnist; selle kestuse ületamine – mis ei tohi siiski olla suurem kui 2% tunnis – tuleb kompenseerida eelneval või järgneval tunnil. [...]

[...]

6. Lõigete 2–5 sätteid ei kohaldata teadaannete suhtes, mida televisiooniteenuse, sh analoogteenuse osutaja edastab oma saadete ning otseselt nendest saadetest tulenevate lisatoodete kohta, ning sponsorlusteadete või tootepaigutuse suhtes.“

### **Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused**

- 9 RTI on Itaalia äriühing, kes pakub üleriigilise levialaga audiovisuaalseid meediateenuseid oma telekanalite Canale 5, Italia 1 ja Rete 4 kaudu. Talle kuulub 80% raadiojaama R101 haldava Monradio Srl-i aktsiatest, samas kui ülejäänud 20% kuuluvad teisele, sarnaselt RTIga Mediaseti kontserni kuuluvale äriühingule.
- 10 Kolme 19. detsembri 2017. aasta otsusega, mis tehti teatavaks 8. jaanuaril 2018 ja mille teemad olid vastavalt Canale 5, Italia 1 ja Rete 4, määras AGCOM RTI-le seadusandliku dekreeedi nr 177/2005 artikli 38 lõike 2 rikkumise eest karistused. Nimetatud sättes ette nähtud piirmääradele vastava telereklaami edastamisaja arvutamiseks võttis AGCOM arvesse raadiojaama R101 reklaamteadaanded, mida edastati telekanalite Canale 5, Italia 1 ja Rete 4 kaudu.
- 11 RTI esitas nende otsuste peale Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Lazio maakonna halduskohus, Itaalia) kolm kaebust. Ta väitis, et raadiojaama R101 reklaamteadaandeid tuleb käsitleda RTI „oma saateid“ puudutavate teadaannetena seadusandliku dekreeedi nr 177/2005 artikli 38 lõike 6 tähenduses ja seega jätta need telereklaami edastamisaja arvutamisel arvestamata.
- 12 Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Lazio maakonna halduskohus) jättis 16. aprilli 2019. aasta kohtulahenditega need kaebused rahuldamata põhjendusel, et teadaandeid, millega reklaamitakse raadioteenuse osutaja saateid, ei saa pidada edastatavateks teadaanneteks, mis puudutavad televisiooniteenuse osutaja „oma saateid“, sealhulgas juhul, kui – nagu käesoleval juhul – mõlemad asjaomased teenuseosutajad kuuluvad samasse kontserni.

- 13 RTI esitas nende kohtuotsuste peale apellatsioonkaebused Consiglio di Statole (Itaalia kõrgeima halduskohtuna tegutsev riiginõukogu), kes on eelotsusetaotluse esitanud kohus, väites, et kuna ta kuulub samasse kontserni raadiojaamaga R101, siis tuleb meediakontserni moodustavat majandusüksust, sõltumata juriidiliste isikute paljususest, võtta reklaami ajapiirangute arvutamisel ja seega seadusandliku dekreeedi nr 177/2005 artikli 38 lõike 6 kohaldamisel arvesse.
- 14 RTI lisab, et seda tõlgendust toetab direktiiviga 2018/1808 direktiivi 2010/13 artikli 23 lõike 2 punktis a tehtud muudatus. Kuna see muudatus võtab arvesse meediaülese enesereklaami tavasid, mis on nüüdseks laialt levinud, tuleks seda arvestada varem kehtinud õigusnormi tõlgendamisel, isegi kui direktiiv 2018/1808, mis jõustus 18. detsembril 2018, ei kuulu *ratione temporis* kohaldamisele.
- 15 Eelotsusetaotluse esitanud kohus toob küll välja, et põhikohtuasi puudutab küsimust, kas emattevõtjast televisiooniteenuse osutaja poolt tema tüdarettevõtjaks oleva raadioteenuse osutaja saadete reklaamimine on õiguspärane, mitte aga kontrolli teostamist selliselt moodustatud kontsernis, kuid juhib tähelepanu sellele, et kõik selle vaidluse aluseks olevad asjaolud leidsid aset enne direktiivi 2010/13 muutmist direktiiviga 2018/1808.
- 16 Eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab lisaks, et riigisiseste õigusnormide ja eelkõige liidu õiguse sätete tõlgendus, mida toetab RTI, ei ole ainus võimalik tõlgendus. Tema sõnul ei tundu vastupidine tõlgendus, mille on valinud nii AGCOM kui ka Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Lazio maakonna halduskohus), „ilmselgelt ebamõistlik“, kuna see lähtub seadusandliku dekreeedi nr 177/2005 sõnastusest, mis kordab direktiivi 2010/13 *ratione temporis* kohaldatavaid sätteid, ning ei jäta tähelepanuta konkurentsivastast aspekti, mis võib tuleneda RTI toetatud tõlgendusest seoses raadioteenuse osutajatega, mis ei ole televisiooni või audiovisuaalse meedia kanalitega integreeritud.
- 17 Neil asjaoludel otsustas Consiglio di Stato (Itaalia kõrgeima halduskohtuna tegutsev riiginõukogu) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:
- „1. Kas ühenduse õigusnormide seisukohast, mis piiravad reklaamide edastamisega, võttes arvesse seda, kui oluline on [liidu] õiguses ühe kontserni või majandusüksuse mõiste, mis tuleneb mitmest konkurentsioiguse allikast (eelkõige direktiivi [2018/1808] põhjendusest 43 ja direktiivi [2010/13] artikli 23 uuest sõnastusest, mida kohaldatakse põhikohtuasjas) – ilma et see mõjutaks Itaalia õiguses eksisteerivat erinevust telekanalitele ja raadiokanalitele väljastatud lubade vahel, mis on sätestatud seadusandliku dekreeedi nr 177/[2005] artikli 5 lõike 1 punktis b –, võib olla liidu õigusega kooskõlas riikliku televisiooniteenuse õiguse tõlgendus, mis tuletab viidatud [seadusandliku dekreeedi nr 177/2005] artikli 1 lõike 1 punktist a, et erinevate meediavormide (elektrooniline meedia, trükimeedia, sh digitaalne, ja internet oma kõigi rakendustega) ühildumise protsess kehtib veelgi enam televisiooni ja raadio puhul, eriti kui need on juba ühendatud omavahel seotud ettevõtjate kontsernidesse, ja et see protsess kehtib üldisemalt – koos kaasnevate tagajärgedega, mis tulenevad viidatud [seadusandliku dekreeedi] artikli 38 lõike 6 tõlgendamisest –, nii et televisiooniteenuse osutaja võib olla ka kontsern kui üks majandusüksus, või kas vastupidi, arvestades eespool toodud liidu põhimõtteid, on reklaamide edastamisaja piirangute autonoomia tõttu üldise konkurentsioigusega võrreldes võimatu omistada tähtsust (enne 2018. aastat) kontsernidele ja viidatud ühildumise protsessile ja nn meedia risttegevusele, võttes reklaamide edastamisaja indeksi arvutamisel arvesse üksnes ühte televisiooniteenuse osutajat, isegi kui see kuulub kontserni (kuna sellele aspektile viidati üksnes direktiivi [2010/2013] artikli 23 konsolideeritud tekstis, mis järgnes direktiivi [2018/1808] vastuvõtmisele)?

2. Kas lähtudes liidu õiguse eelviidatud põhimõtetest, mis puudutavad kontserne ja ettevõtjat kui majandusüksust, võttes arvesse reklaamipiirangu ületamise keeldu ja eelviidatud artikli 23 järjestikusi redaktsioone ning piiramata lubadevahelise eelviidatud eristuse kohaldamist, võib ka [seadusandliku dekreeidi nr 177/2005] artiklis 43 [tervikliku meediasüsteemi] kohta sätestatud konkurentsiniormidest järeldada, et kontsernist „meediateenuse osutaja“ (või apellandi sõnul meediakontsern) on oluline kontseptsioon, mille alusel saab jätta kontsernisisesed ristmeediareklaamid sama seadusandliku dekreeidi [nr 177/2005] artikli 38 lõikes 6 ette nähtud reklaamipiirangu sisse arvestamata, või tuleks selle kontseptsiooni tähtsus 2018. aastast varasema aja puhul välistada, kuna televisiooni valdkonna konkurentsioigus on reklaamimahtu piiravatest õigusnormidest sõltumatu?
3. Kas direktiivi [2010/13] artikli 23 lõike 2 punkti a uus sõnastus üksnes kinnitab varasemat konkurentsioiguse põhimõtet, mille kohaselt on kontsernidel üldine tähtsus, ning kas seega kirjeldab see sõnastus juba varem liidu õiguses olemas olnud õiguslikku realiteeti – hõlmates seega ka praegu käsitletavat juhtu, mis eksisteeris enne uut sõnastust, mõjutades [riigi reguleerivate asutuste] tõlgendust ning nõudes neilt igal juhul kontsernist „meediateenuste osutaja“ kontseptsiooniga arvestamist – või ei saa kontsernidele enne uue sõnastuse kehtestamist kujunenud olukordade puhul tähtsust omistada, sest kuna see sõnastus on uuenduslik, ei saa seda *ratione temporis* enne selle kehtestamist aset leidnud asjaolude suhtes kohaldada?
4. Nii või teisiti, olenemata seadusandliku dekreeidi nr 177/2005 artikliga 5 kehtestatud lubade süsteemist ning 2018. aastal tehtud uuendusest artiklis 23, ehk juhul kui uus norm mitte ei kinnita varasemat olukorda, vaid teeb uuenduse, nagu on märgitud [kolmandas] küsimuses: kas televisiooni ja raadio lõimumissuhted, millega konkurentsioiguses üldiselt arvestatakse, kujutavad endast majandusüksuse ja kontserni mõiste üldisuse ja valdkonnaülesuse tõttu võtit, mille abil tõlgendada reklaamipiiranguid, mille reguleerimisel võetakse seega vaikumisi arvesse ettevõtjate kontserni (ehk täpsemalt kontserni kuuluvate ettevõtjate vahelisi kontrollisuhteid) ning nende ettevõtjate funktsionaalset ühtsust, kui tegemist on sama kontserni [...] tele- ja raadiosaadete reklaamiga, või on hoopis vastupidi nii, et need lõimumissuhted ei ole reklaamipiirangute valdkonnas olulised ning seega tuleks artiklis 23 (algredaktsioonis) nimetatud „oma“ saadetenä käsitada üksnes reklaamijast televisiooniteenuse osutaja enda saateid, mitte terve kontserni omi, kuna see õigusnorm on iseseisev säte, mis ei võimalda mingit süstemaatilist tõlgendust, mis laiendaks seda kontsernidele, mille all mõeldakse ühtseid majandusüksusi?
5. Viimaks, kas juhul, kui artikli 23 algredaktsiooni ei peaks olema võimalik tõlgendada konkurentsioiguse konteksti kuuluva normina, tuleb seda siiski mõista stimuleeriva sätenä, mis käsitleb sellise reklaami eripära, mis on puhtinformatiivne ega ole mõeldud veenma kedagi ostma muid kaupu ja teenuseid kui tutvustatavad saated ise ning mida tuleks sellisena pidada reklaamimahunormide kohaldamisalast välja jäävaks, ning seega tuleks seda sätet pidada sama kontserni ettevõtjate piires kohaldatavaks kõigi lõimunud ristmeediareklaamide suhtes, või tuleb seda käsitada normina, mis kehtestab reklaamimahu arvutamise erandi, ning seega tuleb seda tõlgendada kitsalt?“

## Eelotsuse küsimuste analüüs

- 18 Oma küsimustega, mida tuleb analüüsida koos, palub eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt selgitada, kas direktiivi 2010/13 artikli 23 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et mõiste „teadaanded, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega“ hõlmab reklaamteadaandeid, mida selline teenuseosutaja edastab teenuseosutajaga samasse kontserni kuuluvale raadiojaamale.
- 19 Kõnealuse direktiivi artikli 23 lõike 1 kohaselt ei tohi telereklaamilõikude ja otsepakkumiste lõikude osakaal ühes tunnis ületada 20%. Selle artikli 23 lõike 2 kohaselt ei kohaldata lõiget 1 „teadaannete suhtes, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega“. Seega ei kohaldata nende teadaannete suhtes nimetatud artikli 23 lõikes 1 kehtestatud piirangut.
- 20 Selleks et teha kindlaks, kas raadiojaama reklaamteadaanded, mida edastab televisiooniteenuse osutaja, kellele kuulub selle raadiojaama enamusosalus, kuuluvad direktiivi 2010/13 artikli 23 lõike 2 kohaldamisalasse, tuleb esiteks analüüsida, kas tuleb eristada ühelt poolt reklaamteadaandeid, mille eesmärk on ärgitada teatavat toodet või teenust ostma, ja teiselt poolt neutraalseid teateid, mille ainus eesmärk on saadetest teavitamine, mis seetõttu ei kuulu mõiste „telereklaam“ alla selle artikli tähenduses ja on seega asjaomase direktiivi telereklaami ja otsepakkumisi käsitlevate sätete kohaldamisalast välja jäetud.
- 21 Direktiivi 2010/13 artikli 23 lõikes 1 sisalduv mõiste „telereklaamilõigud“, mis on hõlmatud asjaomase edastamisaja protsendiga, on määratletud, nagu on märgitud selle direktiivi põhjenduses 87, viitega mõistele „televisioonireklaam“ asjaomase direktiivi artikli 1 lõike 1 punkti i tähenduses. Viimati nimetatud sätte kohaselt on telereklaam igasugune kaubanduse, äri, oskustöö või kutsealaga seotud teadaanne, mida avalik-õiguslik isik või eraettevõtja või füüsiline isik edastab tasu või muu samalaadse hüvitise eest või enese reklaamimiseks, et reklaamida tasu eest pakutavaid kaupu või osutatavaid teenuseid.
- 22 Selle kohta on direktiivi 2010/13 põhjenduses 96 täpsustatud, et enesetutvustus on eriline reklaamivorm, milles televisiooniteenuse osutaja reklaamib oma tooteid, teenuseid, saateid või kanaleid. Enesetutvustust reguleerivad seega selle direktiivi sätted, mis käsitlevad telereklaami ja otsepakkumisi.
- 23 Sama direktiivi artikli 1 lõike 1 punkti h kohaselt on „audiovisuaalne äriiline teadaanne“ „heliga või helita kujutised, mis on mõeldud majandustegevusega tegeleva füüsilise või juriidilise isiku kaupade, teenuste või maine otseseks või kaudseks reklaamimiseks“, mis „kaasnevad saatega või on sellesse lisatud tasu või muu samalaadse hüvitise eest või enese reklaamimiseks“.
- 24 Nende sätete koostoimest tuleneb, et kuigi direktiivis 2010/13 on telereklaam määratletud, võttes arvesse kõnealuse kujutise või teadaande reklaamimise eesmärki, ei ole arvesse võetud asjaomase kujutise või teadaande informatiivset laadi.
- 25 Sellest järeldub, et telereklaamid, sealhulgas juhul, kui need on neutraalsed ja puhtalt informatiivsed ning puudutavad televisiooniteenuse osutaja saadet või saateid, kujutavad endast „telereklaami“ direktiivi 2010/13 artikli 1 lõike 1 punkti i tähenduses, kuna nende eesmärk on suunata televaatajaid vaatama asjaomaseid saateid ja seega edendada teenuste osutamist tasu eest.
- 26 Järelikult kehtivad nende teadaannete suhtes selle direktiivi artikli 23 lõikes 1 sätestatud telereklaami edastamisaja piirangud, välja arvatud juhul, kui neid saab pidada „teadaanneteks, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega“ selle artikli lõike 2 tähenduses.



- 27 Selleks tuleb teiseks analüüsida, kas televisiooniteenuse osutaja edastatavate teadete esemeks olevad raadiojaama saated kujutavad endast „saateid“ direktiivi 2010/13 artikli 23 lõike 2 tähenduses.
- 28 Kõnealuse direktiivi artikli 1 lõike 1 punkti b kohaselt on „saade“ „heliga või helita liikuvate kujutiste kogum, mis moodustab meediateenuse osutaja koostatud kava või kataloogi raames eraldi elemendi ning mille vorm ja sisu on võrreldavad teletelevisiooniteenuse vormi ja sisuga“.
- 29 Mõiste „televisiooniteenus“ või „teleülekanne“ on omakorda määratletud selle direktiivi artikli 1 lõike 1 punktis e kui „audiovisuaalmeedia teenus, mida osutab meediateenuse osutaja saatekava alusel saadete samaaegseks vaatamiseks“, samas kui mõiste „audiovisuaalmeedia teenus“ tähendab vastavalt artikli 1 lõike 1 punkti a alapunktile i „teenust, [...] mille põhiline otstarve on pakkuda [...] saateid“.
- 30 Nendes määratlustes kasutatud sõnadest „heliga või helita liikuvad kujutised“, „televisioon“, „audiovisuaal-“ ja „vaatamine“ tuleneb koostoimes eelkõige direktiivi 2010/13 põhjendusega 23, et asjaomase direktiivi kohaldamisalast on välja jäetud raadioteenuse osutaja teenused, mis tavaliselt koosnevad helisisu saadetest ja on seega ilma kujutiseta, sealhulgas juhul, kui nende saadetega kaasnevad lahutamatud audiovisuaalsed lisaelemendid (vt analoogia alusel 21. oktoobri 2015. aasta kohtuotsus *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, punktid 34 ja 37).
- 31 Selline tõlgendus, mida toetab RTI ja mille kohaselt raadiojaama saate või saadetega seotud teleteadaanded kuuluvad üldjuhul direktiivi 2010/13 artikli 23 lõike 2 kohaldamisalasse, tähendaks, nagu märkis kohtujurist oma ettepaneku punktis 52, selle direktiivi kohaldamisala laiendamist selle sätete sõnastusega lubatust kaugemale. Selline tõlgendus tooks tõenäoliselt kaasa ka konkurentsimoonusi raadiomeediateenuste turul tegutsevate ettevõtjate kahjuks, kes ei ole televisiooni- ja raadiokontserni integreeritud.
- 32 Kolmandaks, juhul kui edastatavad teadaanded on saated direktiivi 2010/13 artikli 23 lõike 2 tähenduses, tuleb analüüsida, kas – nagu väidab RTI – juhul, kui neid edastab televisiooniteenuse osutaja kuulub koos raadioteenuse osutajaga samasse äriühingute kontserni ja moodustab ettevõtja kui majandusüksuse, võib neid teadaandeid kvalifitseerida direktiivi 2010/13 artikli 23 lõike 2 tähenduses „teadaanneteks, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega“.
- 33 Direktiivi 2010/13 artikli 1 lõike 1 punkti f kohaselt on „televisiooniteenuse osutaja“ „teleülekanneid edastav meediateenuse osutaja“. „Meediateenuse osutaja“ on selle direktiivi artikli 1 lõike 1 punktis d määratletud kui „füüsiline või juriidiline isik, kellel on toimetust vastutus audiovisuaalmeedia teenuse audiovisuaalse sisu valikul ja kes määrab selle esitamise viisi“.
- 34 Peale selle on kõnealuse direktiivi artikli 1 lõike 1 punkti a alapunktis i sätestatud, et „audiovisuaalmeedia teenus“ on „teenus, mis [on] meediateenuse osutaja toimetust vastutuse all“. Sama direktiivi põhjenduses 25 on täpsustatud, et toimetust vastutuse määratlus on oluline meediateenuse osutaja rolli määratlemisel ja seega ka audiovisuaalmeedia teenuste määratlemisel.
- 35 Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktides 66 ja 67 rõhutas, tuleneb nendest sätetest, et direktiivi 2010/13 artikli 23 lõikes 2 kasutatud väljendi „oma saated“ mõistmiseks ei tule arvesse võtta – nagu konkurentsioiguses või riigihangete valdkonnas – äriühingute õiguslikke ja organisatsioonilisi sidemeid, millega on põhjendatud tegude ja võimete vastastikuse omistamise mehhanismid majandusüksuses, vaid pigem asjaomaste saadete toimetust vastutust.

- 36 Sellist lähenemist kinnitab artikli 23 eesmärk, milleks on kaitsta televaatajaid kui tarbijaid liigse reklaami eest. Direktiivis 2010/13 kehtestatud reklaami edastamisega käsitlevate eeskirjade eesmärk on nimelt ühitada ühelt poolt televisiooniteenuse osutajate ja reklaamijate finantshuvid ning teiselt poolt televaatajate huvid (vt selle kohta 18. juuli 2013. aasta kohtuotsus Sky Italia, C-234/12, EU:C:2013:496, punktid 17 ja 18).
- 37 Sellest järeldub, et selle direktiiviga kehtestatud eeskirjad, mis puudutavad reklaami maksimaalset edastamisega tunnis, kuuluvad omaette õiguslikku raamistikku ning nende loogika ja eesmärgid erinevad konkurentsieeskirjades järgitud või riigihangete eeskirjades aluseks võetud loogikast ja eesmärkidest.
- 38 Kriteeriumid, mille alusel määratakse kindlaks füüsilised või juriidilised isikud, kellel on saate toimetustusvastutus, tulenevad direktiivi 2010/13 artikli 1 lõike 1 punktist c. Nimetatud sättes on „toimetustusvastutus“ määratletud kui „tõhus kontroll nii saadete valiku kui ka nende (teleülekannete puhul saatekava või tellitavate audiovisuaalmeedia teenuste puhul programmikataloogi) ülesehituse üle“. Eelkõige tuleb kontrollida, kas asjasse puutuval isikul on volitused viimasena otsustada audiovisuaalsisu pakkumise kui sellise üle, mis eeldab, et tema käsutuses on piisavalt materiaalseid vahendeid ja tööjõudu, mida on vaja sellise vastutuse võtmiseks (vt selle kohta 4. juuli 2019. aasta kohtuotsus Baltic Media Alliance, C-622/17, EU:C:2019:566, punktid 40 ja 43).
- 39 Sellest järeldub, et selleks, et asjaomase televisiooniteenuse osutajaga samasse kontserni kuuluva raadiojaama saateid saaks kvalifitseerida selle teenuseosutaja „oma“ saadeteks direktiivi 2010/13 artikli 23 lõike 2 tähenduses, peab sellel teenuseosutajal olema toimetustusvastutus kõnealuste saadete eest selle direktiivi artikli 1 lõike 1 punkti c tähenduses. Asjaomane vastutus ei saa seega põhineda üksnes majanduslikel, organisatsioonilistel ja õiguslikel seostel, mis on televisiooniteenuse osutaja ja raadioteenuse osutaja vahel samas kontsernis.
- 40 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb esitatud küsimustele vastata, et direktiivi 2010/13 artikli 23 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et mõiste „teadaanded, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega“ ei hõlma reklaamteadaandeid, mida selline teenuseosutaja edastab niisuguse televisiooniteenuse osutajaga samasse kontserni kuuluva raadiokanali kohta, välja arvatud juhul, kui esiteks on nende reklaamteadaannete esemeks olevad saated „audiovisuaalmeedia teenused“ artikli 1 lõike 1 punkti a tähenduses, mis tähendab, et need on raadiojaama põhitegevusest lahutatavad, ja kui teiseks on televisiooniteenuse osutajal nimetatud direktiivi artikli 1 lõike 1 punkti c tähenduses „toimetustusvastutus“.

## Kohtukulud

- 41 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse liikmesriigi kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulused, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (kolmas koda) otsustab:

**Euroopa Parlamendi ja nõukogu 10. märtsi 2010. aasta direktiivi 2010/13/EL audiovisuaalmeedia teenuste osutamist käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide koordineerimise kohta (audiovisuaalmeedia teenuste direktiiv) artikli 23 lõiget 2**

**tuleb tõlgendada nii, et**

**mõiste „teadaanded, mida televisiooniteenuse osutaja edastab seoses oma saadetega“ ei hõlma reklaamteadaandeid, mida selline teenuseosutaja edastab niisuguse televisiooniteenuse osutajaga samasse kontserni kuuluva raadiokanali kohta, välja arvatud juhul, kui esiteks on nende reklaamteadaannete esemeks olevad saated „audiovisuaalmeedia teenused“ artikli 1 lõike 1 punkti a tähenduses, mis tähendab, et need on raadiojaama põhitegevusest lahutatavad, ja kui teiseks on televisiooniteenuse osutajal nimetatud direktiivi artikli 1 lõike 1 punkti c tähenduses „toimetusvastutus“.**

Allkirjad