



Oikeustapauskokoelma

UNIONIN TUOMIOISTUIMEN TUOMIO (yhdeksäs jaosto)

21 päivänä helmikuuta 2018*

Ennakkoratkaisupyyntö – Palvelujen tarjoamisen vapaus – Direktiivi 2010/13/EU – Määritelmät – Audiovisuaalisen mediapalvelun käsite – Soveltamisala – YouTube:ssä oleva mainosvideokanava uusia henkilöautomalleja varten

Asiassa C-132/17,

jossa on kyse SEUT 267 artiklaan perustuvasta ennakkoratkaisupyyntöstä, jonka Bundesgerichtshof (liittovaltion ylin tuomioistuin, Saksa) on esittänyt 12.1.2017 tekemällään päätöksellä, joka on saapunut unionin tuomioistuimeen 14.3.2017, saadakseen ennakkoratkaisun asiassa

Peugeot Deutschland GmbH

vastaan

Deutsche Umwelthilfe eV,

UNIONIN TUOMIOISTUIN (yhdeksäs jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja C. Vajda (esittelevä tuomari) sekä tuomarit E. Juhász ja C. Lycourgos,

julkisasiamies: H. Saugmandsgaard Øe,

kirjaaja: A. Calot Escobar,

ottaen huomioon kirjallisessa käsittelyssä esitetyn,

ottaen huomioon huomautukset, jotka sille ovat esittäneet

- Peugeot Deutschland GmbH, edustajinaan L. Pechan ja H. Prange, Rechtsanwälte,
- Deutsche Umwelthilfe eV, edustajanaan J. Schütt, Rechtsanwältin,
- Euroopan komissio, asiamiehinään G. Braun ja K.-P. Wojcik,

päätettyään julkisasiamiestä kuultuaan ratkaista asian ilman ratkaisuehdotusta,

on antanut seuraavan

* Oikeudenkäyntikieli: saksa.

tuomion

- 1 Ennakkoratkaisupyyntö koskee audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoamista koskevien jäsenvaltioiden tiettyjen lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta 10.3.2010 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2010/13/EU (audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi) (EUVL 2010, L 95, s. 1) 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan tulkintaa.
- 2 Tämä pyyntö on esitetty asiassa, jossa vastakkain ovat Peugeot Deutschland GmbH ja Deutsche Umwelthilfe eV ja jossa on kyse siitä, että Peugeot Deutschland on julkaissut videokanavalla, joka sillä on internetissä toimivassa YouTube-palvelussa, lyhytvideon uudesta henkilöautomallista mainitsematta siinä kyseisen mallin polttoaineenkulutusta ja hiilidioksidipäästöjä koskevia tietoja.

Asiaa koskevat oikeussäännöt

Unionin oikeus

- 3 Direktiivin 2010/13 johdanto-osan 22 perustelukappaleessa todetaan seuraavaa:

”Tässä direktiivissä olisi audiovisuaalisten mediapalvelujen määritelmän käsitettävä joukkotiedotusvälineet siltä osin kuin ne suorittavat suurta yleisöä koskevia tiedonvälitys-, viihdytys- ja valistustehtäviään, mihin olisi sisällyttävä audiovisuaalinen kaupallinen viestintä, mutta ei minkäänlaista yksityisluonteista viestien vaihtoa, kuten sähköpostiviestien lähettämistä vähäiselle määrälle vastaanottajia. Määritelmän ulkopuolelle olisi jätettävä kaikki palvelut, joiden päätarkoituksena ei ole ohjelmien tarjonta, eli palvelut, joissa audiovisuaalista sisältöä esiintyy ainoastaan satunnaisesti eikä sen välittäminen ole palvelun päätarkoitus. – –”

- 4 Kyseisen direktiivin 1 artiklan 1 kohdassa säädetään seuraavaa:

”Tässä direktiivissä tarkoitetaan

- a) ’audiovisuaalisella mediapalvelulla’
 - i) Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 56 ja 57 artiklan mukaista palvelua, jonka toimituksellinen vastuu kuuluu mediapalvelun tarjoajalle ja jonka pääasiallisena tarkoituksena on tarjota ohjelmia tiedonvälitys-, viihdytys- tai valistustarkoituksessa yleisölle direktiivin 2002/21/EY 2 artiklan a alakohdassa tarkoitettujen sähköisten viestintäverkkojen välityksellä. Tällaiset audiovisuaaliset mediapalvelut ovat joko tämän kohdan e alakohdassa määriteltyjä televisiölähetyksiä tai tämän kohdan g alakohdassa määriteltyjä tilattavia audiovisuaalisia mediapalveluja;
 - ii) audiovisuaalista kaupallista viestintää;
- b) ’ohjelmalla’ ääntä sisältävää tai ääntä sisältämätöntä liikkuvien kuvien sarjaa, joka muodostaa yhden yksittäisen osan mediapalvelun tarjoajan laatimassa ohjelma-aikataulussa tai ohjelmaluettelossa ja joka on muodoltaan ja sisällöltään verrattavissa televisiölähetyksen muotoon ja sisältöön. Ohjelmia ovat esimerkiksi pitkät elokuvat, urheilutapahtumat, tilannekomediat, dokumenttiohjelmat, lastenohjelmat ja draamaohjelmat;

– –

- e) ’televisiölähetystoiminnalla’ tai ’televisiölähetyksellä’ (lineaarinen audiovisuaalinen mediapalvelu) audiovisuaalista mediapalvelua, jonka mediapalvelun tarjoaja tarjoaa ohjelmien seuraamiseksi reaaliajassa tietyn ohjelma-aikataulun mukaisesti;

--

- g) 'tilattavalla audiovisuaalisella mediapalvelulla' (ei-lineaarinen audiovisuaalinen mediapalvelu) audiovisuaalista mediapalvelua, jonka mediapalvelun tarjoaja tarjoaa ohjelmien katselemiseksi käyttäjän valitsemana ajankohtana ja käyttäjän omasta pyynnöstä mediapalvelun tarjoajan valikoimista ohjelmista tehdyn luettelon pohjalta;
- h) 'audiovisuaalisella kaupallisella viestinnällä' äänen kanssa tai ilman ääntä lähetettävää kuvaa, jonka tarkoituksena on suoraan tai epäsuorasti edistää taloudellista toimintaa harjoittavan luonnollisen henkilön tai oikeushenkilön tavaroiden tai palvelujen myyntiä taikka kyseisen luonnollisen henkilön tai oikeushenkilön julkista kuvaa. Tällaista kuvaa lähetetään ohjelman yhteydessä tai se sisällytetään ohjelmaan maksua tai muuta samankaltaista vastiketta vastaan tai omiin myynninedistämistarkoituksiin. Audiovisuaalinen kaupallinen viestintä sisältää muun muassa televisiomainonnan, sponsoroinnin, teleostoslähetykset ja tuotesijoittelun;

--”

- 5 Kuluttajien mahdollisuudesta saada uusien henkilöautojen markkinoinnin yhteydessä polttoainetaloutta ja hiilidioksidipäästöjä koskevia tietoja 13.12.1999 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 1999/94/EY (EYVL 2000, L 12, s. 16), sellaisena kuin se on muutettuna 22.10.2008 annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella (EY) N:o 1137/2008 (EUVL 2008, L 311, s. 1) (jäljempänä direktiivi 1999/94), 6 artiklassa säädetään seuraavaa:

”Jäsenvaltioiden on varmistettava, että kaikissa mainosjulkaisuissa mainitaan liitteessä IV esitettyjen vaatimusten mukaiset tiedot niiden henkilöautomallien polttoaineenkulutuksesta ja hiilidioksidipäästöistä, joita kyseinen julkaisu koskee.

Jäsenvaltioiden on tarvittaessa säädettävä, että muussa myynninedistämisaineistossa kuin edellä tarkoitetuissa mainosjulkaisuissa annetaan tiedot sen automallin hiilidioksidipäästöistä ja polttoaineenkulutuksesta, jota kyseinen aineisto koskee.”

- 6 Direktiivin 1999/94 2 artiklan 9 alakohdan mukaan käsitteellä ”mainosjulkaisut” tarkoitetaan ”kaikkia painotuotteita, joita käytetään suurelle yleisölle suunnatussa ajoneuvojen markkinoinnissa, mainonnassa ja myynninedistämisessä. Siihen sisältyvät ainakin tekniset käsikirjat, esitteet, mainokset sanomalehdissä, aikakauslehdissä ja alan julkaisuissa sekä julisteet”.
- 7 Mainitun direktiivin 9 artiklan 2 kohdan ensimmäisen alakohdan c alakohdassa säädetään, että komissio toteuttaa toimenpiteet, joiden tarkoituksena on ”vahvistaa suositukset, jotta [saman direktiivin] 6 artiklan ensimmäisessä kohdassa tarkoitettuja mainosjulkaisuja koskevien säännösten periaatteita voitaisiin soveltaa muussa tiedonvälityksessä ja aineistossa”.
- 8 Mainosjulkaisuja koskevien direktiivin 1999/94/EY säännösten soveltamisesta muuhun tiedonvälitykseen 26.3.2003 annetun komission suosituksen (EUVL 2003, L 82, s. 33) 4 kohdan toisen alakohdan toisessa luetelmakohdassa todetaan, ettei suositusta sovelleta direktiivillä 2010/13 sittemmin kumotun, televisiotoimintaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta 3.10.1989 annetun neuvoston direktiivin 89/552/ETY (EYVL 1989, L 298, s. 23), sellaisena kuin se on muutettuna 30.6.1997 annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 97/36/EY (EYVL 1997, L 202, s. 60), 1 artiklan a alakohdassa tarkoitettuihin televisiolähetyspalveluihin.

- 9 Direktiivin 89/552, sellaisena kuin se muutettuna direktiivillä 97/36, 1 artiklan a alakohdassa määriteltiin televisiolähetysten käsite. Kyseistä direktiiviä muutettiin myöhemmin 11.12.2007 annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 2007/65/EY (EUVL 2007, L 332, s. 27), minkä jälkeen tuossa säännöksessä säädettiin audiovisuaalisen mediapalvelun käsitteen määritelmästä, joka oli pääosin sama kuin direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdassa säädetty määritelmä.

Saksan oikeus

- 10 Uusien henkilöautojen polttoaineenkulutusta, hiilidioksidipäästöjä ja sähkönkulutusta koskevista kuluttajatiedoista 28.5.2004 annetun asetuksen (Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen (Pkw-ENVKV)) (BGBl. I, s. 1474; jäljempänä Pkw-ENVKV) 5 §:ssä säädetään seuraavaa:

”(1) Valmistajien ja jälleenmyyjien, jotka laativat, laadittavat, levittävät tai käyttävät jollain muulla tavalla mainosjulkaisuja, on huolehdittava siitä, että mainosjulkaisut sisältävät tiedot uusien henkilöautojen kyseessä olevien mallien virallisesta polttoaineenkulutuksesta ja virallisista hiilidioksidipäästöistä liitteessä 4 olevan I jakson mukaisesti.

(2) Mitä 1 [momentissa] säädetään, sovelletaan soveltuvin osin

1. sähköisessä muodossa levitettyyn mainosaineistoon

2. sähköisten, magneettisten tai optisten tiedontallennusvälineiden kautta tapahtuvaan mainontaan;

edellä mainittua ei sovelleta radiopalveluihin eikä direktiivin [2010/13] 1 artiklan 1 kohdan a alakohdassa tarkoitettuihin audiovisuaalisiin mediapalveluihin. – –”

Pääasian oikeudenkäynti ja ennakkoratkaisukysymys

- 11 Peugeot Deutschland markkinoi Saksassa Peugeot-merkkisiä ajoneuvoja. Sillä on internetissä toimivassa YouTube-palvelussa videokanava, jolla se julkaisi 17.2.2014 noin 15 sekunnin pituisen videon, jonka otsikko oli ”Peugeot RCZ R Experience: Boxer”.
- 12 Deutsche Umwelthilfe nosti Peugeot Deutschlandia vastaan kanteen Landgericht Kölnissä (Kölnin alueellinen alioikeus, Saksa) ja väitti, että se, ettei kyseisessä videossa mainita tietoja siinä esitetyn uuden ajoneuvomallin polttoaineenkulutuksesta ja hiilidioksidipäästöistä, oli vastoin Pkw-ENVKV:n 5 §:n 1 momenttia.
- 13 Mainittu tuomioistuin hyväksyi Deutsche Umwelthilfen kanteen, ja Oberlandesgericht Köln (Kölnissä toimiva osavaltion ylioikeus, Saksa) hylkäsi Peugeot Deutschlandin tuosta tuomiosta tekemän valituksen.
- 14 Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin, jonka käsiteltäväksi on saatettu Revision-valitus valituksen johdosta annetusta tuomiosta, huomauttaa, että pääasian ratkaisu riippuu siitä, onko sitä, että YouTube:ssa ylläpidetään mainosvideokanavaa uusia henkilöautomalleja varten, pidettävä direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdassa tarkoitettuna audiovisuaalisena mediapalveluna. Jos näin on, Peugeot Deutschland olisi näet Pkw-ENVKV:n 5 §:n 2 momentin ensimmäisen virkkeen toisen osan nojalla vapautettu kyseisen 5 §:n 1 momentissa asetetusta velvollisuudesta mainita mainosvideoissa tiedot asianomaisten mallien polttoaineenkulutuksesta ja hiilidioksidipäästöistä. Tämä vapautus perustuu ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen mukaan mainosjulkaisuja koskevien

direktiivin 1999/94 säännösten soveltamisesta muuhun tiedonvälitykseen 26.3.2003 annettuun komission suositukseen, joka perustuu puolestaan kyseisen direktiivin 9 artiklan 2 kohdan ensimmäisen alakohdan c alakohtaan.

- 15 Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin katsoo, että pääasiassa kyseessä oleva YouTube-video ja -kanava eivät ole direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan i alakohdassa tarkoitettuja audiovisuaalisia mediapalveluja. Vaikka kyseistä videota voidaan pitää saman 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettuna ohjelmana, mainitun kanavan pääasiallisena tarkoituksena ei ole kuitenkaan tarjota ohjelmia tiedonvälitys-, viihdytys- tai valistustarkoituksessa yleisölle, kuten tuon saman kohdan a alakohdan i alakohdassa edellytetään.
- 16 Siltä osin kuin on kyse siitä, kuuluvatko mainitut video ja kanava direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan ii alakohdan soveltamisalaan, ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin pohtii kyseisen 1 kohdan h alakohdassa tarkoitettujen audiovisuaalisen kaupallisen viestinnän määritelmän perusteella sitä, kuuluuko pääasiassa kyseessä oleva video mainitun 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettuun ohjelmaan, joka on verrattavissa televisiolähettykseen.
- 17 Tässä tilanteessa Bundesgerichtshof (liittovaltion ylin tuomioistuin, Saksa) päätti lykätä asian käsittelyä ja esittää unionin tuomioistuimelle seuraavan ennakkoratkaisukysymyksen:

”Tarjoaako se, joka ylläpitää YouTube-internetpalvelussa videokanavaa, jolta internetin käyttäjä voi katsella uusien henkilöautomallien lyhyitä mainosvideoita, direktiivin 2010/13/EU 1 artiklan 1 kohdan a alakohdassa tarkoitettua audiovisuaalista mediapalvelua?”

Ennakkoratkaisukysymyksen tarkastelu

- 18 Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin tiedustelee kysymyksellään lähinnä, onko direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohtaa tulkittava siten, että audiovisuaalisen mediapalvelun määritelmä kattaa joko pääasiassa kyseessä olevan kaltaisen videokanavan, jolta internetin käyttäjät voivat katsella uusien henkilöautomallien lyhyitä mainosvideoita, tai pelkästään yhden näistä videoista erikseen tarkasteltuna.
- 19 Tältä osin ensinnäkin kyseisen direktiivin 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan i alakohdassa tarkoitettua audiovisuaalisen mediapalvelun määritelmässä täsmennetään muun muassa, että kyse on palvelusta, jonka toimituksellinen vastuu kuuluu mediapalvelun tarjoajalle ja jonka pääasiallisena tarkoituksena on tarjota ohjelmia tiedonvälitys-, viihdytys- tai valistustarkoituksessa yleisölle.
- 20 Näitä ohjelmien, joiden lähettämistä varten direktiivissä 2010/13 otetaan käyttöön sääntelyjärjestelmä, ominaispiirteitä korostetaan kyseisen direktiivin johdanto-osan 22 perustelukappaleessa, jossa todetaan, että audiovisuaalisten mediapalvelujen määritelmän olisi käsitettävä joukkotiedotusvälineet siltä osin kuin ne suorittavat suurta yleisöä koskevia tiedonvälitys-, viihdytys- ja valistustehtäviään.
- 21 Pääasian oikeudenkäynnin kohteena olevan kaltaisen YouTube-internetpalvelussa ylläpidetyn mainosvideokanavan pääasiallisena tarkoituksena ei voida kuitenkaan katsoa olevan tarjota ohjelmia tiedonvälitys-, viihdytys- tai valistustarkoituksessa yleisölle.
- 22 Tarvitsematta määrittää, onko mainosvideo direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan i alakohdassa tarkoitettuna ja saman 1 kohdan b alakohdassa määritellyn kaltaisen ohjelma, on näet todettava, että tällaisen videon tavoitteena on edistää pelkästään kaupallisesti mainosvideolla esitetyn tavaran tai palvelun myyntiä.

- 23 Tässä yhteydessä on huomautettava – siltä osin kuin mainosvideolla voidaan välittää tietoa, viihdyttää ja jopa valistaa katsojia, kuten Peugeot Deutschland väittää –, että kyseessä olevan videon tarkoituksena on pelkästään myynninedistäminen ja sitä käytetään tähän tarkoitukseen.
- 24 Vaikka siis oletettaisiin, että YouTubessa oleva mainosvideokanava voi täyttää muut direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan i alakohdassa mainitut audiovisuaalisen mediapalvelun arviointiperusteet ja ominaispiirteet, sen myynninedistämistarkoitus riittää sulkemaan sen kyseisen säännöksen soveltamisalan ulkopuolelle.
- 25 Tätä päätelmää ei kyseenalaista Peugeot Deutschlandin väite, jonka mukaan tällainen poissulkeminen merkitsee sitä, että sen mainosvideoita kohdellaan eri tavalla verrattuna ohjelmiin, joiden tavoitteena ei ole mainostaminen, mikä rikkoo sen mukaan Euroopan unionin perusoikeuskirjan 11 artiklaa, jossa vahvistetaan sananvapaus ja tiedonvälityksen vapaus.
- 26 Tältä osin on riittävää huomauttaa, että väitteessä, jonka mukaan yhdenvertaisen kohtelun periaate edellyttää pääasiassa kyseessä olevan kaltaisen mainosvideokanavan sisällyttämistä direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan i alakohdan soveltamisalaan, nojaututaan virheelliseen oletukseen, jonka mukaan kyseiset videot ovat niillä olevan tavoitteen kannalta muihin kuin mainosohjelmiin rinnastettavassa tilanteessa.
- 27 Toiseksi on todettava, että direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan ii alakohdassa tarkoitettu audiovisuaalinen mediapalvelu muodostuu ”audiovisuaalisesta kaupallisesta viestinnästä”. Tämä on puolestaan määritelty mainitun 1 kohdan h alakohdassa siten, että sillä tarkoitetaan ”äänen kanssa tai ilman ääntä lähetettävää kuvaa, jonka tarkoituksena on suoraan tai epäsuorasti edistää taloudellista toimintaa harjoittavan luonnollisen henkilön tai oikeushenkilön tavaroiden tai palvelujen myyntiä taikka kyseisen luonnollisen henkilön tai oikeushenkilön julkista kuvaa. Tällaista kuvaa lähetetään ohjelman yhteydessä tai se sisällytetään ohjelmaan maksua tai muuta samankaltaista vastiketta vastaan tai omiin myynninedistämistarkoituksiin. Audiovisuaalinen kaupallinen viestintä sisältää muun muassa televisiomainonnan, sponsoroinnin, teleostoslähetykset ja tuotesijoittelun”.
- 28 Pääasiassa kyseessä olevan kaltaista videota ei voida kuitenkaan katsoa lähetettävän ohjelman yhteydessä eikä sitä voida katsoa sisällytettävän ohjelmaan maksua tai muuta samankaltaista vastiketta vastaan tai omiin myynninedistämistarkoituksiin. Siltä osin kuin Peugeot Deutschlandin käytössä olevan kaltainen videokanava sisältää vain pääasiassa kyseessä olevan kaltaisia videoita, jotka ovat yksittäisiä ja toisistaan riippumattomia elementtejä, ei ole mahdollista väittää pätevästi, että mainittu video lähetetään ohjelman yhteydessä tai se sisällytetään ohjelmaan direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan h alakohdassa tarkoitettulla tavalla.
- 29 Peugeot Deutschlandin väitettä, jonka mukaan kuvat, joilla on mainostarkoitus, ovat pääasiassa kyseessä olevan videon alussa ja lopussa ja ne lähetetään tästä syystä kyseisen videon, joka on puolestaan ohjelma, yhteydessä tai ne on sisällytetty siihen, ei voida hyväksyä.
- 30 Ei näet voida katsoa, että unionin lainsäätäjä on käyttäessään ilmaisua ”lähetetään – – yhteydessä” ja ”sisällytetään” tarkoittanut yksittäisiä kuvia, jotka kuuluvat ohjelmaan tai muodostavat sen olennaisen osan, kun otetaan huomioon kyseisten ilmaisujen tavanomainen merkitys. Pääasiassa kyseessä olevan kaltainen video on kuitenkin kokonaisuudessaan luonteeltaan mainosvideo, ja olisi keinotekoisia väittää, että pelkästään sen alussa tai lopussa olevilla kuvilla on mainostarkoitus.
- 31 Tästä seuraa, että sillä tarkennuksella, että audiovisuaalinen kaupallinen viestintä, sellaisena kuin se on määritelty direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan h alakohdassa, muodostuu kuvista, jotka lähetetään ohjelman yhteydessä tai jotka sisällytetään ohjelmaan, pääasiassa kyseessä olevan kaltainen myyntivideo ei kuulu kyseisen direktiivin 1 artiklan 1 kohdan a alakohdan ii alakohdan soveltamisalaan.

- 32 Edellä esitettyjen seikkojen nojalla esitettyyn kysymykseen on vastattava, että direktiivin 2010/13 1 artiklan 1 kohdan a alakohtaa on tulkittava siten, että audiovisuaalisen mediapalvelun määritelmä ei kata pääasiassa kyseessä olevan kaltaista videokanavaa, jolta internetin käyttäjät voivat katsella uusien henkilöautomallien lyhyitä mainosvideoita, eikä pelkästään yhtä näistä videoista erikseen tarkasteltuna.

Oikeudenkäyntikulut

- 33 Pääasian asianosaisten osalta asian käsittely unionin tuomioistuimessa on välivaihe kansallisessa tuomioistuimessa vireillä olevan asian käsittelyssä, minkä vuoksi kansallisen tuomioistuimen asiana on päättää oikeudenkäyntikulujen korvaamisesta. Oikeudenkäyntikuluja, jotka ovat aiheutuneet muille kuin näille asianosaisille huomautusten esittämisestä unionin tuomioistuimelle, ei voida määrätä korvattaviksi.

Näillä perusteilla unionin tuomioistuin (yhdeksäs jaosto) on ratkaissut asian seuraavasti:

Audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoamista koskevien jäsenvaltioiden tiettyjen lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta 10.3.2010 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2010/13/EU (audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi) 1 artiklan 1 kohdan a alakohtaa on tulkittava siten, että audiovisuaalisen mediapalvelun määritelmä ei kata pääasiassa kyseessä olevan kaltaista videokanavaa, jolta internetin käyttäjät voivat katsella uusien henkilöautomallien lyhyitä mainosvideoita, eikä pelkästään yhtä näistä videoista erikseen tarkasteltuna.

Allekirjoitukset