



## Zbornik sudske prakse

PRESUDA SUDA (treće vijeće)

30. siječnja 2024.\*

„Zahtjev za prethodnu odluku – Direktiva 2010/13/EU – Audiovizualne medijske usluge – Članak 23. stavci 1. i 2. – Ograničenje vremena za televizijsko oglašavanje – Odstupanja – Pojam ‚najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima‘ – Najave snimljene od strane takve televizijske kuće u svrhu promicanja emisija radijske postaje iz iste grupacije televizijskih kuća kao što je ta televizijska kuća”

U predmetu C-255/21,

povodom zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 267. UFEU-a, koji je uputio Consiglio di Stato (Državno vijeće, Italija), odlukom od 25. ožujka 2021., koju je Sud zaprimio 21. travnja 2021., u postupku

**Reti Televisive Italiane SpA (RTI)**

protiv

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

uz sudjelovanje:

**Elemedia SpA,**

**Radio Dimensione Suono SpA,**

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

SUD (treće vijeće),

u sastavu: K. Jürimäe, predsjednica vijeća, N. Piçarra (izvjestitelj), M. Safjan, N. Jääskinen i M. Gavalec, suci,

nezavisna odvjetnica: J. Kokott,

tajnik: C. Di Bella, administrator,

uzimajući u obzir pisani dio postupka i nakon rasprave održane 14. rujna 2022.,

\* Jezik postupka: talijanski

uzimajući u obzir očitovanja koja su podnijeli:

- za društvo Reti Televisive Italiane SpA (RTI), F. Lepri, M. Molino i G. Rossi, *avvocati*,
- za društva Elemedia SpA, Radio Dimensione Suono SpA i RTL 102,500 Hit Radio Srl, F. Di Ciommo, *avvocato*,
- za talijansku vladu, G. Palmieri, u svojstvu agenta, uz asistenciju R. Guizzija, *avvocato dello Stato*,
- za poljsku vladu, B. Majczyna, u svojstvu agenta,
- za Europsku komisiju, G. Braun i L. Malferrari, u svojstvu agenata,

saslušavši mišljenje nezavisne odvjetnice na raspravi održanoj 13. srpnja 2023.,

donosi sljedeću

### Presudu

- 1 Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 23. stavka 1. i stavka 2. točke (a) Direktive 2010/13/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama) (kodificirana verzija) (SL 2010., L 95, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 6., svezak 7., str. 160.), kao i uvodne izjave 43. Direktive (EU) 2018/1808 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. studenoga 2018. (SL 2018., L 303, str. 69.) kojom je izmijenjena prva direktiva, ali se *ratione temporis* ne primjenjuje na glavni postupak.
- 2 Zahtjev je upućen u okviru spora između društva Reti Televisive Italiane SpA (RTI) i Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) (Regulatorno tijelo za komunikacije, Italija) u vezi sa zakonitošću triju odluka tog tijela kojima se društvu RTI izriču kazne zbog povrede talijanskog propisa koji se odnosi na ograničenja vremena emitiranja televizijskog oglašavanja po satu putem televizijskih kanala Canale 5, Italia 1 i Rete 4.

### Pravni okvir

#### *Pravo Unije*

##### *Direktiva 2010/13*

- 3 Uvodne izjave 23., 25., 87., 96. i 97. Direktive 2010/13 određuju:

„(23) Za potrebe ove Direktive, pojam ‚audiovizualan‘ treba se odnositi na pokretne slike sa ili bez zvuka, uključujući nijeme filmove, ali ne zvučni prijenos ni radijske usluge. [...]

[...]

(25) Pojam odgovornosti urednika ključan je za definiciju uloge pružatelja medijske usluge a prema tome i za definiciju audiovizualnih medijskih usluga. Države članice mogu dalje utvrditi aspekte definicije odgovornosti urednika, točnije pojam „učinkovitog nadzora” prilikom donošenja mjera za provedbu ove Direktive. [...]

[...]

(87) Trebalo bi utvrditi ograničenje od 20 % kratkih TV reklama za oglašavanje i kratkih TV reklama za teletrgovinu po satu, koje se primjenjuje i u vrijeme najveće gledanosti. Pojam kratke TV reklame za oglašavanje smatra se televizijskim oglašavanjem u smislu članka 1. stavka 1. točke (i) s trajanjem od najviše 12 minuta.

[...]

(96) Potrebno je razjasniti da su aktivnosti vlastite promidžbe poseban oblik oglašavanja u kojem televizijska kuća promiče svoje vlastite proizvode, usluge, programe ili kanale. Posebno se reklamne najave koje se sastoje od isječaka iz programa trebaju smatrati programima.

(97) Dnevno vrijeme prijenosa namijenjeno najavama dotične televizijske kuće u vezi s vlastitim programima i pomoćnim proizvodima koji iz njih izravno proizlaze ili najavama javne službe i pozivima na dobrotvorne akcije prenos[i] se besplatno, i ne bi se trebal[o] uključivati u maksimalne vremenske iznose dnevnog prijenosa ili prijenosa po satu koji se dodjeljuju za oglašavanje i teletrgovinu.”

4 Članak 1. stavak 1. te direktive sadržava sljedeće definicije:

„[...]

(a) „audiovizualna medijska usluga” znači:

- i. usluga kako je određena člancima 56. i 57. [UFEU-a] koja je u uredničkoj odgovornosti pružatelja medijske usluge i s glavnim svrhom osiguravanja programa kako bi se izvještavala, zabavljala ili obrazovala javnost putem elektroničkih komunikacijskih mreža [...];
- ii. audiovizualna komercijalna komunikacija;

(b) „program” znači niz pokretnih slika sa ili bez zvuka koji tvori pojedinačnu stavku u rasporedu ili katalogu koji je izradio pružatelj medijske usluge i čiji je oblik i sadržaj usporediv s oblikom i sadržajem televizijskog emitiranja. Primjeri programa uključuju cjelovečernje filmove, sportske događaje, komedije situacija, dokumentarne filmove, dječje programe i izvorne drame;

(c) „urednička odgovornost” znači provedba učinkovite kontrole nad izborom programa i nad njegovom organizacijom prema kronološkom rasporedu, u slučaju televizijskih emisija, ili u katalogu, u slučaju audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev. Urednička odgovornost nužno ne podrazumijeva bilo kakvu pravnu odgovornost u nacionalnom zakonodavstvu za sadržaj ili pružene usluge;

(d) „pružatelj medijske usluge” znači fizička ili pravna osoba koja ima uredničku odgovornost za odabir audiovizualnog sadržaja audiovizualne medijske usluge i određuje način na koji se isti organizira;

(e) ‚televizijsko emitiranje‘ ili ‚televizijska emisija‘ (tj. linearna audiovizualna medijska usluga) znači audiovizualna medijska usluga koju pruža pružatelj medijske usluge za istodobno gledanje programa na temelju rasporeda programa;

(f) ‚televizijska kuća‘ znači pružatelj medijske usluge televizijskih emisija;

[...]

(h) ‚audiovizualna komercijalna komunikacija‘ znači slike sa ili bez zvuka koje su izrađene za promicanje, izravno ili neizravno, robe, usluga ili slika fizičke ili pravne osobe koja se bavi gospodarskom djelatnošću. Te slike prate ili su uključene u program u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu ili u svrhu vlastitog promicanja. Oblici audiovizualne komercijalne komunikacije uključuju, *inter alia*, televizijsko oglašavanje, pokroviteljstvo, teletrgovinu i plasman proizvoda;

(i) ‚televizijsko oglašavanje‘ znači bilo koji oblik objave emitiran u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu ili emisiju u svrhu vlastitog promicanja od strane javnog ili privatnog poduzeća ili fizičke osobe u vezi s trgovinom, poduzetništvom, obrtništvom ili strukom kako bi se promicala ponuda robe ili usluga, uključujući nepokretnu imovinu, prava i obveze, u zamjenu za plaćanje;

[...]”

5 Člankom 23. Direktive 2010/13 propisano je:

„1. Udio kratkih TV reklama za televizijsko oglašavanje i teletrgovinu u određenom satu ne prelazi 20 %.

2. Stavak 1. ne primjenjuje se na najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima i pratećim proizvodima koji su izravno dobiveni iz tih programa, pokroviteljskim najavama i plasmanima proizvoda.”

*Direktiva 2018/1808*

6 Direktiva 2018/98 u uvodnoj izjavi 43. predviđa:

„Vrijeme prijenosa dodijeljeno najavama televizijske kuće u vezi s vlastitim programima i pratećim proizvodima koji su izravno izvedeni iz tih programa ili najavama javnih službi i pozivima na dobrotvorne akcije koji se prenose besplatno, uz iznimku troškova koji nastanu za prijenos takvih poziva, ne bi se trebalo uključiti u maksimalna razdoblja trajanja prijenosa koja se mogu dodijeliti za televizijsko oglašavanje i teletrgovinu. Osim toga, mnoge televizijske kuće dio su većih grupa televizijskih kuća i emitiraju ne samo najave povezane s vlastitim programima i pratećim proizvodima koji su izravno izvedeni iz tih programa, već i one povezane s programima i audiovizualnim medijskim uslugama drugih subjekata koji pripadaju istoj grupi televizijskih kuća. Vrijeme prijenosa dodijeljeno takvim najavama također se ne bi trebalo uključiti u maksimalna razdoblja trajanja prijenosa koja se mogu dodijeliti za televizijsko oglašavanje i teletrgovinu.”

7 U skladu s člankom 1. točkom 21. te direktive, tekst članka 23. Direktive 2010/363 izmijenjen je na sljedeći način:

„1. Udio kratkih spotova za televizijsko oglašavanje i teletrgovinu u razdoblju između 6:00 i 18:00 sati ne smije prekoračivati 20 % tog razdoblja. Udio kratkih spotova za televizijsko oglašavanje i teletrgovinu u razdoblju između 18:00 i 24:00 sati ne smije prekoračivati 20 % tog razdoblja.

2. Stavak 1. ne primjenjuje se na sljedeće:

(a) najave televizijske kuće u vezi s vlastitim programima i pratećim proizvodima izravno izvedenim iz tih programa ili s programima i audiovizualnim medijskim uslugama drugih subjekata koji pripadaju istoj grupi televizijskih kuća;

(b) najave pokroviteljstva;

(c) plasmane proizvoda;

(d) neutralne okvire između uredničkog sadržaja i spotova za televizijsko oglašavanje ili za teletrgovinu te između pojedinačnih spotova”.

### ***Talijansko pravo***

8 Člankom 38. stavcima 2. i 6. Decreta legislativo n. 177 – Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (Zakonodavna uredba br. 177 o pročišćenom tekstu o audiovizualnim i radijskim medijskim uslugama), od 31. srpnja 2005. (GURI br. 208 od 7. rujna 2005., redovni dodatak br. 150), u verziji koja se primjenjuje na glavni postupak (u daljnjem tekstu: Zakonodavna uredba br. 177/2005), propisano je:

„2. Trajanje kratkih spotova za televizijsko oglašavanje koje na nacionalnoj razini emitiraju televizijske kuće koje ne naplaćuju program, uključujući onaj analogni, osim koncesionara javne usluge radiotelevizije, ne može prekoračiti 15 % dnevnog trajanja programa ni 18 % u svakom satu; svako eventualno prekoračenje, koje ni u kojem slučaju ne može biti veće od 2 % u jednom satu, mora se kompenzirati u prethodnom ili sljedećem satu. [...]

[...]

6. Odredbe iz stavka 2. do 5. ne primjenjuju se na najave televizijskih kuća, uključujući analognu televiziju, u vezi s vlastitim programima i pratećim proizvodima koji su izravno dobiveni iz tih programa, na pokroviteljske najave i plasmane proizvoda.”

### **Glavni postupak i prethodna pitanja**

9 RTI je društvo osnovano u skladu s talijanskim pravom koje pruža audiovizualne medijske usluge s nacionalnom pokrivenošću putem svojih televizijskih kanala Canale 5, Italia 1 i Rete 4. Također drži 80 % udjela u društvu Monradio Srl, koje upravlja radijskom postajom R101, dok preostalih 20 % drži drugo društvo koje, kao i društvo RTI, pripada grupaciji Mediaset.

- 10 AGCOM je trima odlukama od 19. prosinca 2017., dostavljenima 8. siječnja 2018., koje se redom odnose na Canale 5, Italia 1 i Rete 4, izrekao sankcije društvu RTI zbog povrede članka 38. stavka 2. Zakonodavne uredbe br. 177/2005. Za izračun vremena emitiranja posvećenog televizijskom oglašavanju na koje se primjenjuju ograničenja predviđena tom odredbom, AGCOM je uzeo u obzir promidžbene poruke kojima se promicala radijska postaja R101 koje su se emitirale na televizijskim kanalima Canale 5, Italia 1 i Rete 4.
- 11 Društvo RTI je protiv tih odluka podnijelo tri tužbe pred Tribunaleom amministrativo regionale per il Lazio (Okružni upravni sud za Lacij, Italija). Tvrdilo je da promidžbene poruke kojima se promiče radijska postaja R101 treba smatrati najavama u vezi s „vlastitim programima” društva RTI, u smislu članka 38. stavka 6. Zakonodavne uredbe br. 177/2005 i, slijedom toga, isključiti iz izračuna vremena za televizijsko oglašavanje.
- 12 Presudama od 16. travnja 2019. Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Okružni upravni sud za Lacij) odbio je te tužbe s obrazloženjem da najave programa radijske postaje ne mogu biti najave „vlastitih programa” televizijske kuće, uključujući kada, kao u ovom slučaju, dvije predmetne organizacije pripadaju istoj grupaciji poduzeća.
- 13 Društvo RTI je protiv tih presuda podnijelo žalbe Consigliu di Stato (Državno vijeće, Italija), sudu koji je uputio zahtjev, ističući da, s obzirom na to da pripada istoj grupaciji društava kao i radijska postaja R101, treba uzeti u obzir gospodarsku jedinstvenost medijske grupacije, neovisno o višebrojnosti pravnih osoba, kako bi se izračunala ograničenja vremena za oglašavanje i stoga primijenio članak 38. stavak 6. Zakonodavne uredbe br. 177/2005.
- 14 Društvo RTI dodaje da je to tumačenje potkrijepljeno izmjenom članka 23. stavka 2. točke (a) Direktive 2010/13 koja je provedena Direktivom 2018/1808. Budući da se tom izmjenom uzima u obzir praksa vlastite međumedijske promidžbe, koja je trenutačno vrlo raširena, trebalo bi je uzeti u obzir kako bi se protumačilo pravo koje je prethodno bilo na snazi, iako Direktiva 2018/1808, koja je stupila na snagu 18. prosinca 2018., nije primjenjiva *ratione temporis*.
- 15 Iako ističe da se glavni postupak odnosi na zakonitost promicanja, od strane televizijske kuće koja je društvo majka, programa radijske postaje koja je njezino društvo kći, a ne na provođenje nadzora unutar tako osnovane grupacije, sud koji je uputio zahtjev ističe da sve činjenice iz kojih proizlazi taj spor prethode izmjeni Direktive 2010/13 Direktivom 2018/1808.
- 16 Osim toga, taj sud smatra da tumačenje odredbi nacionalnog prava i, osobito, odredbi prava Unije koje podupire društvo RTI nije jedino moguće. Prema njegovu mišljenju, suprotno tumačenje, koje su usvojili i AGCOM i Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Okružni upravni sud za Lacij), „ne čini se očito nerazumnim”, s obzirom na to da se odnosi na tekst Zakonodavne uredbe br. 177/2005, koji preuzima odredbe primjenjive *ratione temporis* iz Direktive 2010/13, i ne zanemaruje protutržišni aspekt koji bi mogao proizići iz tumačenja koje društvo RTI zastupa u odnosu na radijske postaje koje nisu integrirane u televizijske kuće ili audiovizualne medije.
- 17 U tim je okolnostima Consiglio di Stato (Državno vijeće) odlučio prekinuti postupak i uputiti Sudu sljedeća prethodna pitanja:
  - „1. [U] kontekstu primjene propisa Europske unije o ograničenju vremena za oglašavanje, imajući u vidu općenitu važnost koju pravo [Unije] pridaje pojmu grupacije ili jedinstvenog gospodarskog subjekta, koja proizlazi iz brojnih izvora prava tržišnog natjecanja (a kada je riječ o ovom postupku, iz spomenute uvodne izjave 43. Direktive [2018/1808] i novog teksta

članka 23. Direktive [2010/13]), ne dovodeći u pitanje postojeće razlikovanje u talijanskom nacionalnom pravu u pogledu odobrenja koje članak 5. stavak 1. točka (b) [Zakonodavne uredbe br.177/2005] predviđa za pružatelje radiotelevizijskih usluga, može li se kao tumačenje koje je u skladu s pravom Unije prihvatiti tumačenje nacionalnog radiotelevizijskog prava prema kojem se iz članka 1. stavka 1. točke (a) [te Zakonodavne uredbe] [...], može zaključiti da proces konvergencije između različitih oblika komunikacija (elektroničke komunikacije, nakladništvo, uključujući i digitalno, te internet u svim svojim primjenama) tim više vrijedi i među pružateljima usluga radiotelevizijskih medija, posebno ako su već integrirani u grupacije međusobno povezanih poduzeća, te ako se [taj proces] nameće na općoj razini, uz posljedice koje iz toga proizlaze u pogledu tumačenja članka 38. stavka 6. [navedene] Zakonodavne uredbe [...], tako da organizacija za radiodifuziju može biti i grupacija kao jedinstveni gospodarski subjekt, ili je pak naprotiv, u skladu sa spomenutim načelima Unije, imajući u vidu samostalnost odredbe o ograničenju vremena za oglašavanje u odnosu na opće pravo tržišnog natjecanja, zabranjeno priznavati značaj – prije 2018. godine – grupacijama i spomenutom procesu konvergencije te takozvanim međumedijskim aktivnostima, pri čemu se onda za potrebe izračuna indeksa ograničenja vremena za oglašavanje uzima u obzir samo pojedinačna organizacija za radiodifuziju, čak i ako je povezana u grupaciju (i to zato jer se ta mjerodavnost spominje samo u pročišćenom tekstu članka 23. Direktive [2010/13], nastalom nakon donošenja Direktive [2018/1808])?

2. [I] imajući u vidu spomenuta načela prava Unije o grupacijama i poduzeću kao jedinstvenom gospodarskom subjektu, u kontekstu primjene ograničenja vremena za oglašavanje i spomenutog niza tekstova citiranog članka 23., ne dovodeći u pitanje navedenu razliku između odobrenja, može li se iz antimonopolskih propisa o [Integriranom sustavu komunikacija] iz članka 43. [Zakonodavne uredbe br. 177/2005] također izvući zaključak o mjerodavnosti koncepta grupacije ‚pružatelja medijskih usluga‘ (ili prema riječima žalitelja: grupacija nakladničkih poduzeća) za izuzeće promotivnih poruka između medija unutar grupacije iz ograničenja vremena za oglašavanje iz članka 38. stavka 6. [Zakonodavne uredbe br. 177/2005] ili naprotiv tu mjerodavnost treba isključiti za razdoblje prije 2018. godine, imajući u vidu samostalnost televizijskog prava tržišnog natjecanja u odnosu na pravila o ograničenju vremena za oglašavanje?
3. [P]riznaje li novi tekst članka 23. stavka 2. točke (a) Direktive [2010/13] već postojeće načelo iz prava tržišnog natjecanja o općoj mjerodavnosti grupacija ili se radi o novom rješenju? Je li stoga u prvom slučaju riječ o pravnoj realnosti koja je već ukorijenjena u pravu Unije – tako da u tom smislu obuhvaća i predmetni slučaj, koji je iz vremena prije tog novog teksta, te uvjetuje tumačenja [nacionalnog regulatornog tijela] namećući mu da u svakom slučaju prizna koncept grupacije ‚pružatelja medijskih usluga‘ – ili pak, ako je riječ o drugom slučaju, on zabranjuje priznavanje mjerodavnosti grupacijama društava u slučajevima nastalima prije njegova uvođenja jer nije primjenjivo *ratione temporis*, s obzirom na to da se radi o novom rješenju?
4. [U] svakom slučaju te neovisno o sustavu odobrenja utvrđenom u članku 5. Zakonodavne uredbe br. 177/2005 i o novom tekstu članka 23. koji je uveden 20[1]8., to jest pod pretpostavkom da nova odredba ne znači priznavanje postojećeg stanja, već da se radi o novom rješenju, kako je predviđeno u [trećem pitanju], jesu li integrirani odnosi televizija – radio, općenito promatrani u pravu tržišnog natjecanja, zbog sveobuhvatne i međusektorske prirode pojmova gospodarske jedinice i grupacije, ključ u kontekstu kojeg treba tumačiti ograničenje vremena za oglašavanje, koje je dakle u svakom slučaju prešutno uređeno u odnosu na grupaciju poduzeća (odnosno konkretno na odnose kontrole između poduzeća iz

grupacije) i funkcionalno jedinstvo tih poduzeća za potrebe promocije programa unutar grupacije [...] ili su pak ti integracijski odnosi irelevantni u pitanjima ograničenja vremena za oglašavanje, pa stoga treba smatrati da su ‚vlastiti‘ programi iz članka 23. (prvotni tekst) takvi jer pripadaju samo organizaciji za radiodifuziju koja ih promiče, a ne grupaciji društava u cjelini, s obzirom na to da je [taj članak 23.] samostalna odredba koja ne dopušta bilo kakvo sustavno tumačenje koje bi ga proširilo na grupaciju kao jedinstveni gospodarski subjekt?

5. [K]onačno, treba li odredbu članka 23., u svojem prvotnom tekstu, čak i ako se ta odredba ne smije tumačiti u kontekstu prava tržišnog natjecanja, u svakom slučaju shvatiti kao poticajnu odredbu koja odražava specifičnost promocije, koja je isključivo informativne prirode i nema za cilj nekoga uvjeriti u kupnju neke druge robe i usluga osim onih koje se promiču u programima, te je stoga treba smatrati isključenom iz područja primjene odredbi o ograničenju vremena za oglašavanje, zbog čega se primjenjuje, u okvirima poduzeća koja pripadaju istoj grupaciji, u svim slučajevima integrirane promocije koja obuhvaća više medija, ili je pak treba shvatiti kao derogatornu i iznimnu odredbu u pogledu izračuna ograničenja vremena za oglašavanje te kao takvu usko tumačiti?”

### O prethodnim pitanjima

- 18 Svojim pitanjima, koja valja ispitati zajedno, sud koji je uputio zahtjev u biti pita treba li članak 23. stavak 2. Direktive 2010/13 tumačiti na način da pojam „najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima” obuhvaća promidžbene poruke koje takva organizacija emitira za radijsku postaju koja pripada istoj grupaciji društava kao i ta organizacija.
- 19 Prema članku 23. stavku 1. Direktive 2010/13, udio kratkih TV reklama za televizijsko oglašavanje i teletrgovinu u određenom satu ne prelazi 20 posto. U skladu sa stavkom 2. tog članka 23., taj se stavak 1. ne primjenjuje, među ostalim, na „najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima”. Te najave stoga ne podliježu ograničenju utvrđenom navedenim člankom 23. stavkom 1.
- 20 Kako bi se utvrdilo jesu li promidžbene poruke za radijsku postaju koje emitira televizijska kuća koja je većinski vlasnik te radijske postaje obuhvaćene područjem primjene članka 23. stavka 2. Direktive 2010/13, valja ispitati, kao prvo, treba li razlikovati, s jedne strane, reklamne poruke kojima se želi potaknuti na kupnju proizvoda ili usluge i, s druge strane, neutralne poruke, s jedinim ciljem informiranja o programima, koje zbog toga nisu obuhvaćene pojmom „televizijsko oglašavanje” u smislu tog članka i stoga su isključene iz područja primjene odredbi te direktive koje se odnose na televizijsko oglašavanje i teletrgovinu.
- 21 Pojam „TV reklame za televizijsko oglašavanje”, koji članak 23. stavak 1. Direktive 2010/13 uključuje u postotak predmetnog vremena emitiranja po satu, definiran je, kao što je to navedeno u uvodnoj izjavi 87. te direktive, upućivanjem na pojam „televizijsko oglašavanje” u smislu članka 1. stavka 1. točke (i) navedene direktive. U skladu s potonjom odredbom, televizijsko oglašavanje je bilo koji oblik objave emitiran u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu ili emisiju u svrhu vlastitog promicanja od strane javnog ili privatnog poduzeća ili fizičke osobe u vezi s trgovinom, poduzetništvom, obrtništvom ili strukom kako bi se promicala ponuda robe ili usluga u zamjenu za plaćanje.



- 22 U tom pogledu, uvodna izjava 96. Direktive 2010/13 pojašnjava da su aktivnosti vlastite promidžbe poseban oblik oglašavanja u kojem televizijska kuća promiče svoje vlastite proizvode, usluge, programe ili kanale. Vlastito promicanje je stoga uređeno odredbama te direktive koje se odnose na televizijsko oglašavanje i teletrgovinu.
- 23 U skladu s člankom 1. stavkom 1. točkom (h) iste direktive, televizijsko oglašavanje je jedan od oblika „audiovizualne komercijalne komunikacije” koja znači „slike sa ili bez zvuka koje su izrađene za promicanje, izravno ili neizravno, robe, usluga ili slika fizičke ili pravne osobe koja se bavi gospodarskom djelatnošću” i koje „prate ili su uključene u program u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu ili u svrhu vlastitog promicanja”.
- 24 Iz zajedničkog tumačenja tih odredbi proizlazi da, iako Direktiva 2010/13 definira televizijsko oglašavanje uzimajući u obzir promidžbenu svrhu predmetne slike ili televizijske poruke, to nije slučaj s informativnom prirodom predmetne slike ili poruke.
- 25 Iz toga slijedi da televizijske poruke, uključujući one koje su neutralne i isključivo informativne prirode, koje se odnose na programe ili emisije organizacije za radiodifuziju predstavljaju „televizijsko oglašavanje” u smislu članka 1. stavka 1. točke (i) Direktive 2010/13, kada je njihov cilj navesti gledatelje da gledaju predmetne programe i stoga promicati pružanje usluga uz naknadu.
- 26 Prema tome, te su poruke podvrgnute ograničenjima propisanim za vrijeme emitiranja televizijskog oglašavanja, utvrđenima u članku 23. stavku 1. te direktive, osim ako ih se kvalificira kao „najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima” u smislu stavka 2. tog članka.
- 27 U svrhu takve kvalifikacije, kao drugo, valja ispitati jesu li programi radijske postaje koji su predmet poruka koje emitira televizijska kuća „programi” u smislu članka 23. stavka 2. Direktive 2010/13.
- 28 U skladu s člankom 1. stavkom 1. točkom (b) te direktive, pojam „program” znači „niz pokretnih slika sa ili bez zvuka koji tvori pojedinačnu stavku u rasporedu ili katalogu koji je izradio pružatelj medijske usluge i čiji je oblik i sadržaj usporediv s oblikom i sadržajem televizijskog emitiranja”.
- 29 Pojam „televizijsko emitiranje” ili „televizijska emisija” definiran je u članku 1. stavku 1. točki (e) navedene direktive kao „audiovizualna medijska usluga koju pruža pružatelj medijske usluge za istodobno gledanje programa na temelju rasporeda programa”, dok se pojam „audiovizualna medijska usluga” u skladu s tim člankom 1. stavkom 1. točkom (a) podtočkom i. odnosi na „uslugu [...] s glavnom svrhom osiguravanja programa”.
- 30 Iz izraza „pokretne slike sa ili bez zvuka”, „televizijsko”, „audiovizualno” i „gledanje” upotrijebljenih u tim definicijama, tumačenih osobito s obzirom na uvodnu izjavu 23. Direktive 2010/13, proizlazi da ta direktiva iz svojeg područja primjene isključuje usluge radijskog emitiranja koje se obično sastoje od emitiranja ili programa zvučnog sadržaja i stoga bez slike, uključujući i slučajeve kada su ta emitiranja ili programi popraćeni neodvojivim audiovizualnim elementima (vidjeti po analogiji presudu od 21. listopada 2015., *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, t. 34. i 37.).

- 31 Tumačenje poput onoga koje zastupa društvo RTI, na način da su televizijske poruke koje se odnose na emisije ili programe radijske postaje uobičajeno obuhvaćene člankom 23. stavkom 2. Direktive 2010/13, dovelo bi do proširenja, kao što je to istaknula nezavisna odvjetnica u točki 52. svojeg mišljenja, područja primjene te direktive izvan onoga što omogućuje tekst njezinih odredbi. Osim toga, takvo tumačenje moglo bi dovesti do narušavanja tržišnog natjecanja na štetu sudionika na tržištu radijskih medijskih usluga koji nisu uključeni u grupacije organizacija za radiodifuziju.
- 32 Kao treće, u slučaju da su emitirane poruke programi, u smislu članka 23. stavka 2. Direktive 2010/13, valja ispitati mogu li se, kao što to tvrdi društvo RTI, kada televizijska kuća koja ih emitira pripada, zajedno s radijskom postajom, istoj grupaciji društava i kao jedinstveni gospodarski subjekt tvori poduzeće, te poruke kvalificirati kao „najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima” u smislu članka 23. stavka 2. Direktive 2010/13.
- 33 U skladu s člankom 1. stavkom 1. točkom (f) Direktive 2010/13, „televizijska kuća” je „pružatelj medijske usluge televizijskog emitiranja”. Pojam „pružatelj medijske usluge” definiran je u članku 1. stavku 1. točki (d) te direktive kao „fizička ili pravna osoba koja ima uredničku odgovornost za odabir audiovizualnog sadržaja audiovizualne medijske usluge i koja određuje način na koji se isti organizira”.
- 34 Osim toga, članak 1. stavak 1. točka (a) podtočka i. navedene direktive određuje da je „audiovizualna medijska usluga” „usluga [...] koja je u uredničkoj odgovornosti pružatelja medijske usluge”. Uvodna izjava 25. iste direktive pojašnjava da je pojam odgovornosti urednika ključan za definiciju uloge pružatelja medijske usluge a prema tome i za definiciju audiovizualnih medijskih usluga.
- 35 Kao što je to nezavisna odvjetnica istaknula u točkama 66. i 67. svojeg mišljenja, iz tih odredbi proizlazi da, kako bi se shvatio izraz „vlastiti programi” iz članka 23. stavka 2. Direktive 2010/13, ne treba uzeti u obzir, kao u pravu tržišnog natjecanja ili u pravu javne nabave, pravne i organizacijske veze između poduzeća koje opravdavaju mehanizme međusobnog pripisivanja radnji i sposobnosti unutar gospodarskog subjekta, nego uredničku odgovornost za predmetne programe.
- 36 Takav je pristup potkrijepljen ciljem koji se želi postići tim člankom 23., a to je zaštita televizijskih gledatelja, kao potrošača, od pretjeranog oglašavanja. Naime, pravila o vremenu emitiranja oglašavanja propisana Direktivom 2010/13 imaju za cilj pomiriti financijske interese televizijskih kuća i oglašivača, s jedne strane, i interese televizijskih gledatelja, s druge strane (vidjeti u tom smislu presudu od 18. srpnja 2013., Sky Italia, C-234/12, EU:C:2013:496, t. 17. i 18.).
- 37 Iz toga slijedi da pravila o maksimalnom vremenu emitiranja oglašavanja po određenom satu utvrđena tom direktivom čine dio vlastitog pravnog okvira i da su obuhvaćena logikom i ciljevima različitim od onih koji se nastoje postići pravilima o tržišnom natjecanju ili onima koja se primjenjuju na javnu nabavu.
- 38 Međutim, kriteriji za određivanje fizičkih ili pravnih osoba koje preuzimaju uredničku odgovornost za program proizlaze iz članka 1. stavka 1. točke (c) Direktive 2010/13. Tom odredbom definiran je pojam „urednička odgovornost” kao „provedba učinkovite kontrole nad izborom programa i nad njegovom organizacijom prema kronološkom rasporedu, u slučaju televizijskih emisija, ili u katalogu, u slučaju audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev”. Osobito je važno provjeriti je li dotična osoba ovlaštena odlučivati u posljednjem stupnju o audiovizualnoj

ponudi kao takvoj, što pretpostavlja da raspolaže dostatnim financijskim i ljudskim resursima za snošenje takve odgovornosti (vidjeti u tom smislu presudu od 4. srpnja 2019., Baltic Media Alliance, C-622/17, EU:C:2019:566, t. 40. i 43.).

- 39 Iz toga slijedi da, kako bi se programi radijske postaje koja je dio iste grupacije društava kao i predmetna televizijska kuća mogli kvalificirati kao „vlastiti” programi te televizijske kuće u smislu članka 23. stavka 2. Direktive 2010/13, navedena televizijska kuća mora preuzeti uredničku odgovornost za programe o kojima je riječ u smislu članka 1. stavka 1. točke (c) te direktive. Ta se odgovornost stoga ne može temeljiti samo na gospodarskim, organizacijskim i pravnim vezama koje postoje između televizijske kuće i radijske postaje unutar iste grupacije društava.
- 40 S obzirom na sva prethodna razmatranja, na postavljena pitanja valja odgovoriti tako da članak 23. stavak 2. Direktive 2010/13 treba tumačiti na način da pojam „najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima” ne obuhvaća promidžbene poruke koje emitira televizijska kuća za radijsku postaju koja pripada istoj grupaciji društava kao i ta televizijska kuća, osim ako su, s jedne strane, programi koji su predmet tih promidžbenih poruka „audiovizualne medijske usluge” u smislu članka 1. stavka 1. točke (a) te direktive, što podrazumijeva da su ti programi odvojivi od glavne djelatnosti te radijske postaje i, s druge strane, ako navedena televizijska kuća preuzima „uredničku odgovornost” u smislu članka 1. stavka 1. točke (c) navedene direktive.

### **Troškovi**

- 41 Budući da ovaj postupak ima značaj prethodnog pitanja za stranke glavnog postupka pred sudom koji je uputio zahtjev, na tom je sudu da odluči o troškovima postupka. Troškovi podnošenja očitovanja Sudu, koji nisu troškovi spomenutih stranaka, ne nadoknađuju se.

Slijedom navedenog, Sud (treće vijeće) odlučuje:

**Članak 23. stavak 2. Direktive 2010/13/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama),**

**treba tumačiti na način da:**

**pojam „najave snimljene od strane televizijskih kuća u vezi s njihovim vlastitim programima” ne obuhvaća promidžbene poruke koje emitira televizijska kuća za radijsku postaju koja pripada istoj grupaciji društava kao i ta televizijska kuća, osim ako su, s jedne strane, programi koji su predmet tih promidžbenih poruka „audiovizualne medijske usluge” u smislu članka 1. stavka 1. točke (a) te direktive, što podrazumijeva da su ti programi odvojivi od glavne djelatnosti te radijske postaje i, s druge strane, ako navedena televizijska kuća preuzima „uredničku odgovornost” u smislu članka 1. stavka 1. točke (c) navedene direktive.**

Potpisi