



Határozatok Tára

JULIANE KOKOTT
FŐTANÁCSNOK INDÍTVÁNYA
Az ismertetés napja: 2013. május 16.¹

C-234/12. sz. ügy

**Sky Italia s.r.l.
kontra
Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni**

(a Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio [Olaszország] által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem)

„A 2010/13/EU irányelv — Audiovizuális médiaszolgáltatások — A televíziós reklámok adásidejének korlátozása — Fizetős csatornákra vonatkozó, a szabadon fogható csatornákra vonatkozóknál szigorúbb nemzeti szabályok — Az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elve — Az európai belső piac alapvető szabadságai — A tömegtájékoztatás szabadsága és sokszínűsége”

I – Bevezetés

1. A legtöbb európai televíziós csatornán többé-kevésbé rendszeres időközönként reklám villog a képernyőn. Ez a televíziós reklám, amelyet a nézők többnyire a műsor kellemetlen megszakításának tekintenek, már régen nem lebecsülendő gazdasági tényezővé vált, és a televíziós műsorszolgáltatók számára jelentős bevételi forrást jelent. Nem csoda tehát, hogy e reklám újra és újra jogvitára ad okot.

2. A nézők érdekeinek megfelelő védelme céljából és annak érdekében, hogy az Európában letelepedett összes televíziós műsorszolgáltató számára lehetőleg egységes versenyfeltételeket teremtsenek, az uniós jog a televíziós reklámok adásidejére vonatkozóan óránkénti 20%-os felső korlátot ír elő. Ezt a szabályozást az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv (2010/13/EU irányelv)² tartalmazza, amely a „határok nélküli televíziózásról” szóló korábbi (89/552/EGK)³ irányelvet váltotta fel.

3. Az uniós jog által megállapított határokon belül megengedettek a televíziós reklámra vonatkozó szigorúbb nemzeti rendelkezések. Ezzel a lehetőséggel Olaszország olyan módon élt, hogy a fizetős csatornák és a szabadon fogható csatornák műsorszolgáltatói számára a televíziós reklámok adásidejére vonatkozóan eltérő felső korlátot határozott meg. Így 2011-ben az olasz fizetős csatornákon óránként legfeljebb 14% reklámot közvetíthettek, ezzel szemben a szabadon fogható kereskedelmi csatornák esetében ez az arány 18% volt.

1 — Eredeti nyelv: német.

2 — A tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 2010. március 10-i 2010/13/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv (audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv, HL L 95., 1. o.).

3 — A tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 1989. október 3-i 89/552/EGK tanácsi irányelv (HL L 298., 23. o.; magyar nyelvű különkiadás 6. fejezet, 1. kötet, 224. o.). Ezt az irányelvet 2010. május 5-i hatállyal a 2010/13 irányelv váltotta fel.

4. Amikor a Sky Italia egyik fizetős csatornáján egy este több televíziós reklámot közvetítettek, mint amennyi a nemzeti jog szerint megengedett, az illetékes felügyeleti hatóság bírságot szabott ki e vállalkozással szemben. Ez ellen a Sky Italia bírósághoz fordult, és különösen az olasz szabályozásnak az uniós joggal való összeegyeztethetlenségére hivatkozik. Az alapeljárásban a Mediaset-csoporthoz tartozó Reti Televisive Italiane (RTI) is részt vesz, amely a szabadon fogható kereskedelmi csatornák legnagyobb műsorszolgáltatója Olaszországban.

5. Az alapügy résztvevői különösen arról vitáznak, hogy a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó eltérő felső korlát összeegyeztethető-e az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elvével, és hogy alkalmas-e a tömegtájékoztatás szabadságának és sokszínűségének korlátozására.

II – Jogi háttér

A – Az uniós jog

6. Az ügy uniós jogi háttérét a másodlagos jog szintjén a 2010/13 irányelv határozza meg, amelynek „Televíziós reklám és televíziós vásárlás” című VII. fejezetében a 23. cikk (1) bekezdése a következőképpen rendelkezik:

„A televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások aránya egész órától egész óráig tartó időtartamon belül nem haladhatja meg a 20%-ot.”

7. Ezenkívül a 4. cikk (1) bekezdése releváns, amely a 2010/13 irányelv „Általános rendelkezések” című II. fejezetéhez tartozik.

„A tagállamoknak továbbra is jogukban áll előírni, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók az ezen irányelv által összehangolt területeken részletesebb vagy szigorúbb szabályoknak feleljenek meg, feltéve, hogy e szabályok megfelelnek az uniós jognak.”

8. Kiegészítőleg a 2010/13 irányelv (8), (10), (41), (83) és (87) preambulumbekkezdésére kell utalni, amelyek szövege a következő:

„[...]

(8) A tagállamok számára alapvető minden olyan magatartás megelőzése, amely káros lehet a televíziós adások áramlásának és kereskedelmének szabadságára, vagy amely elősegítheti erőfölény kialakulását, amely viszont a televízió közvetített információ és az egész tájékoztatási szektor pluralizmusának és szabadságának korlátozásához vezetne.

[...]

(10) [...] Tekintettel az azonos versenyfeltételek és a valódi európai audiovizuális médiaszolgáltatási piac fontosságára, az audiovizuális médiaszolgáltatások piaca átláthatóságának és kiszámíthatóságának biztosítása, valamint az alacsony belépési korlátok elérése érdekében figyelembe kell venni a belső piac alapelveit, így a szabad versenyt és az egyenlő bánásmód elvét.

[...]

(41) A tagállamoknak lehetőséget kell adni arra, hogy az ezen irányelvvel összehangolt területeken a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatókra szigorúbb vagy részletesebb szabályokat alkalmazzanak, biztosítva egyúttal, hogy e szabályok az uniós jog elveivel összhangban vannak.
[...]

[...]

- (83) Annak biztosítására, hogy a fogyasztók mint televíziónézők érdekei teljesen és megfelelően védettek legyenek, alapvető, hogy a televíziós hirdetésre bizonyos számú minimális szabály és norma vonatkozzék, és hogy a tagállamok fenntartsák a jogot részletesebb és szigorúbb szabályok bevezetésére, és bizonyos körülmények között eltérő feltételeket szabhassanak meg a joghatóságuk alá tartozó televíziós műsorszolgáltatók számára.

[...]

- (87) Óránkénti 20%-os korlátozást kell megállapítani televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások tekintetében, ezt a korlátozást a főműsoridőre is alkalmazni kell. [...]

[...]”

B – A nemzeti jog

9. Az olasz jogból az audiovizuális és rádiós műsorszolgáltatással kapcsolatos szabályok egységes szövegéről szóló, 2005. július 31-i 177. sz. köztársasági elnöki decreto legislativo⁴ (a továbbiakban: 177/2005. sz. decreto legislativo)⁵ irányadó, amelynek 38. cikkét („Az adásidő felső korlátja”) 2010. március 30-i hatállyal átfogalmazták,⁶ és annak szövege azóta kivonatossan a következő:

„(1) A reklámüzeneteknek az általános közszolgálati hírközlés koncessziójogosultja által történő közvetítése nem haladhatja meg a heti műsoridő 4%-át és az óránként 12%-ot; az esetleges – egy órán belül 2%-nál nem hosszabb időtartamú – túllépést a megelőző vagy a következő órában kell kiegyenlíteni.

(2) A televíziós reklámbejátszásoknak az általános közszolgálati hírközlés koncessziójogosultján kívüli országos, szabadon akár analóg módon fogható csatornák műsorszolgáltatói által történő közvetítése nem haladhatja meg a napi műsoridő 15%-át, meghatározott és elkülönült hatvan percenként pedig a 18%-ot; az esetleges – egy órán belül 2%-nál nem hosszabb időtartamú – túllépést a megelőző vagy a következő órában kell kiegyenlíteni. [...]

[...]

(5) A televíziós reklámbejátszásoknak a fizetős, akár analóg csatornák műsorszolgáltatói által történő közvetítése meghatározott és elkülönült hatvan percenként nem haladhatja meg 2010-ben a 16%-ot, 2011-ben a 14%-ot, a 2012. évtől kezdődően pedig a 12%-ot; az esetleges – egy órán belül 2%-nál nem hosszabb időtartamú – túllépést a megelőző vagy a következő órában kell kiegyenlíteni [...].

[...]”

4 — Törvényt helyettesítő rendelet vagy törvényerejű rendelet.

5 — A GURI 2005. szeptember 7-i 208. számának 150. sz. rendes melléklete.

6 — Az átfogalmazás a „Romani-rendeletnek” is nevezett, 2010. március 15-i 44. sz. decreto legislativo (a GURI 2010. március 29-i 73. száma.) 12. cikkével történt.

III – A tényállás és az alapeljárás

10. Az olasz Autorità per la Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)⁷ a 2011. szeptember 13-i 233/11/CSP. sz. határozatával 10 329 euró bírságot szabott ki a Sky Italia s.r.l. műsorszolgáltató vállalkozással szemben a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó felső korlát megsértése miatt.⁸

11. Az AGCOM megállapításai szerint a Sky Italia 2011. március 5-én a 21 és 22 óra közötti időtartamban a Sky Sport 1 fizetős csatornáján összesen 24 reklámbejátszást közvetített, amelyek összhossza 10 perc 4 másodpercet tett ki, azaz az óránkénti műsoridő több mint 16%-át. Így abban az időszakban több mint két százalékkal túllépték a televíziós reklámok adásidejének felső korlátját, amely a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikkének (5) bekezdése szerint akkor óránként 14% volt.

12. A vitatott határozat ellen a Sky Italia keresetet indított a Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio⁹ előtt. A Sky Italia lényegében arra hivatkozik, hogy a határozat jogellenes, mivel az a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikkének (5) bekezdésével az uniós joggal ellentétes jogalapra támaszkodik.¹⁰

IV – Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem és a Bíróság előtti eljárás

13. A Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio¹¹ kétségei vannak a nemzeti jognak az uniós joggal való összeegyeztethetőségét illetően. Erre tekintettel a 2012. március 7-i végzésével az eljárást felfüggesztette, és a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé előzetes döntéshozatalra:

- 1) Úgy kell-e értelmezni a 2010/13/EU irányelv 4. cikkét, az egyenlő bánásmód alapelvét és az Európai Unió működéséről szóló szerződésnek a szolgáltatásnyújtás szabadságára, a letelepedés szabadságára és a tőke szabad mozgására vonatkozó szabályait, hogy azokkal ellentétes a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikkének (5) bekezdésében foglalt azon szabályozás, amely a fizetős csatornák műsorszolgáltatói tekintetében rövidebb reklámidőt ír elő, mint a szabadon fogható csatornák műsorszolgáltatói tekintetében?
- 2) Ellentétes-e az Európai Unió Alapjogi Chartájának az emberi jogok és alapvető szabadságok védelméről szóló egyezmény 10. cikkére és az Emberi Jogok Európai Bíróságának ítélkezési gyakorlatára tekintettel értelmezett 11. cikkével, valamint különösen a tájékoztatás pluralizmusának elvével a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikkének (5) bekezdésében foglalt azon szabályozás, amely a fizetős csatornák műsorszolgáltatói tekintetében rövidebb reklámidőt ír elő, mint a szabadon fogható csatornák műsorszolgáltatói tekintetében, és ezzel versenytorzulást idéz elő, illetve a televíziós reklámok piacán erőfölény kialakításának vagy megerősítésének kedvez?

14. A Bíróság előtti eljárásban a Sky Italia, az RTI, az olasz kormány és az Európai Bizottság terjesztett elő szóbeli és írásbeli észrevételeket. A tárgyalást 2013. április 10-én tartották.

7 — Hírközlési felügyeleti hatóság.

8 — A továbbiakban: vitatott határozat.

9 — A Latium régióra illetékes közigazgatási bíróság.

10 — Emellett a Sky Italia a nemzeti jog olyan megsértésére is hivatkozik, amely a jelen előzetes döntéshozatal iránti kérelemre adandó válasz szempontjából nem bír jelentőséggel.

11 — A továbbiakban: kérdést előterjesztő bíróság.

V – Értékelés

15. A Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio előzetes döntéshozatalra előterjesztett két kérdése annak tisztázására irányul, hogy tiltja-e az uniós jog a tagállamoknak, hogy a nemzeti jogukban eltérő felső korlátot írjanak elő a televíziós reklámok adásidejére vonatkozóan attól függően, hogy ezt a reklámot fizetős vagy szabadon fogható csatornán közvetítik.¹² Miközben az első kérdés ezt a problémát a televíziós műsorszolgáltatók közötti egyenlő bánásmód szempontjából és az európai belső piac alapvető szabadságaira való hivatkozással vizsgálja, a második kérdés a tömegtájékoztatás szabadságával és sokszínűségével kapcsolatos vonatkozásra összpontosít.

16. A két kérdés keretében arra fogok szorítkozni, hogy a fizetős csatornák műsorszolgáltatói és a szabadon fogható csatornák műsorszolgáltatói közötti viszonyt tárgyaljam. A közszolgálati televíziós műsorszolgáltatók különleges helyzete ezzel szemben nem bír jelentőséggel a jelen előzetes döntéshozatal iránti kérelem megválaszolása szempontjából.

A – Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdés

17. Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdésével a kérdést előterjesztő bíróság lényegében azt szeretné megtudni, hogy a televíziós reklámok adásidejére vonatkozóan az olasz jogban előírt eltérő felső korlát összeegyeztethető-e a 2010/13 irányelv 4. cikkével, az egyenlő bánásmód elvével és az európai belső piac különböző alapvető szabadságaival.

1. Elfogadhatóság

18. Az RTI két tekintetben fejezi ki kétségét az előzetes döntéshozatalra előterjesztett ezen első kérdés elfogadhatóságát illetően.

19. Először is az RTI álláspontja szerint eleve nem merülhet fel a vita tárgyát képező olasz szabályozásnak a 2010/13 irányelv 4. cikkével és az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elvével való összeegyeztethetőségével kapcsolatos probléma, mivel Olaszország a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikkével csupán azzal az öt megillető lehetőséggel élt, hogy szigorúbb nemzeti rendelkezéseket fogadjon el a televíziós reklámokra vonatkozóan. Az RTI ebben az összefüggésben olyan „mérlegelési mozgástérrel” beszél, amelyen belül maradván jár el az olasz állam.

20. Ez az érv nem helytálló. A 2010/13 irányelv 4. cikkének (1) bekezdése meghatározza azt a mozgásteret, amelyet az uniós jog a nemzeti jogalkotó számára biztosít esetlegesen szigorúbb nemzeti rendelkezések elfogadására. Amennyiben egy nemzeti bíróság – ahogy a jelen ügyben – azzal a kérdéssel szembesül, hogy a nemzeti jog a 2010/13 irányelv 4. cikkének (1) bekezdésében meghatározott mozgástér határain belül marad-e, vagy pedig e határokat túllépi, az irányelv e rendelkezésének értelmezése céljából megengedett kérdés a Bíróság elé terjesztése.

21. Az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elvével kapcsolatban is lehet ebben az összefüggésben kérdést terjeszteni a Bíróság elé.

¹² — A következőkben az egyszerűség kedvéért többnyire „a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó eltérő felső korlátról” fogok beszélni.

22. Ez egyrészt már a 2010/13 irányelv 4. cikke (1) bekezdésének szövegéből következik, amely szerint a tagállamok számára kifejezetten csak akkor megengedett szigorúbb nemzeti rendelkezések elfogadása, amennyiben „e szabályok megfelelnek az uniós jognak”. Azon uniós jogi szabályoknak, amelyeknek a 2010/13 irányelv 4. cikkének (1) bekezdése szerint a nemzeti szabályoknak meg kell felelniük, az európai belső piac alapvető szabadságai mellett¹³ részét képezik az uniós jog általános elvei is,¹⁴ amelyekhez nem utolsósorban hozzátartozik az egyenlő bánásmód elve is.¹⁵

23. Másrészt a televíziós reklámközvetítések adásidejére vonatkozó felső korlát megállapítása az uniós jognak az Alapjogi Charta 51. cikke (1) bekezdésének értelmében vett végrehajtásához tartozik. A 2010/13 irányelv ugyanis megköveteli a tagállamoktól, hogy ilyen, az adásidőre vonatkozó felső korlátot írjanak elő az uniós jog által meghatározott, egész órától egész óráig tartó időtartamon belüli 20%-os kereten belül. Amennyiben egy nemzeti jogalkotó intézkedéseket tesz e kötelezettség végrehajtása érdekében, ahogy azt az olasz jogban a fizetős csatornákon közvetített reklámok adásidejére (a 2011. évre) vonatkozó 14%-os felső korláttal tette, ennek során figyelembe kell vennie az uniós alapjogokat, beleértve az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elvét.

24. Másodszor az RTI azt kifogásolja, hogy a kérdést előterjesztő bíróság az első kérdését az európai belső piac alapvető szabadságainak esetleges megsértése tekintetében nem fejtette ki részletesen.

25. Ez a kifogás sem megalapozott azonban. Egyet kell érteni ugyan az RTI-vel abban, hogy az előzetes döntéshozatalra utaló határozatban az alapvető szabadságokra vonatkozó fejtegetések rendkívül szűkszavúak. Az előzetes döntéshozatalra utaló határozatból azonban kellően világos, hogy a kérdést előterjesztő bíróság az alapvető szabadságok megsértését ugyanazon okokból tekinti fennállónak, mint amelyeket az egyenlő bánásmód általános elve megsértése esetében figyelembe vesz. Az, hogy ez ténylegesen helytálló-e, nem az előzetes döntéshozatal iránti kérelem elfogadhatóságával kapcsolatos probléma, hanem az előterjesztett kérdés tartalmi értékelését érinti.

26. Mindent egybevetve tehát az előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdés elfogadható.

2. Tartalmi értékelés

27. A 2010/13 irányelv 23. cikkének (1) bekezdése szerint a televíziós reklámok aránya egész órától egész óráig tartó időtartamon belül nem haladhatja meg a 20%-ot. Az irányelv (87) preambulumbekkezdése tisztázza, hogy ez a korlátozás a főműsoridőre is érvényes. Ennek célja egyrészt a televíziós műsorszolgáltatók és a hirdetők pénzügyi érdekei, másrészt a jogosultak, azaz a szerzők és az alkotók, valamint a fogyasztók mint televízió nézők érdekei kiegyensúlyozott védelmének megteremtése.¹⁶

28. Ezenkívül a 2010/13 irányelv 4. cikkének (1) bekezdéséből az következik, hogy a tagállamok ettől a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó felső korláttól lefelé eltérhetnek annak előírásával, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók óránként kevesebb, mint 20% televíziós reklámot közvetítsenek.

13 — Ebben az értelemben a 2010/13 irányelv (10) preambulumbekkezdése: „[...] figyelembe kell venni a belső piac alapelveit, így a szabad versenyt és az egyenlő bánásmód elvét [...]”; lásd továbbá különösen az alapvető szabadságokról a C-6/98. sz. ARD-ügyben 1999. október 28-án hozott ítélet (EBHT 1999., I-7599. o.) 49. pontját és a C-500/06. sz. Corporación Dermoeestética ügyben 2008. július 17-én hozott ítélet (EBHT 2008., I-5785. o.) 31. pontját.

14 — A 2010/13 irányelv (41) preambulumbekkezdése.

15 — Lásd erről a C-442/00. sz. Rodríguez Caballero-ügyben 2002. december 12-én hozott ítélet (EBHT 2002., I-11915. o.) 31. és 32. pontját, a C-13/05. sz. Chacón Navas-ügyben 2006. július 11-én hozott ítélet (EBHT 2006., I-6467. o.) 56. pontját és a C-81/05. sz. Cordero Alonso-ügyben 2006. szeptember 7-én hozott ítélet (EBHT 2006., I-7569. o.) 35. és 41. pontját.

16 — A C-245/01. sz. RTL Television ügyben 2003. október 23-án hozott ítélet (EBHT 2003., I-12489. o.) 62. pontja és a C-281/09. sz., Bizottság kontra Spanyolország ügyben 2011. november 24-én hozott ítélet (EBHT 2011., I-11811. o.) 44. pontja a 89/552 irányelv 18. cikkének (1) bekezdésével kapcsolatban, amely jelenleg a 2010/13 irányelv 23. cikke (1) bekezdésének felel meg.

29. A Sky Italia álláspontjával ellentétben a 4. cikk (1) bekezdése esetében nem egy szűken értelmezendő, kivételre vonatkozó rendelkezésről van szó, hanem olyan általános rendelkezésről, amely az egész 2010/13 irányelv szempontjából meghatározó, ami már abban is megmutatkozik, hogy ez a rendelkezés az irányelv II. fejezetében („Általános rendelkezések”) szerepel. A 2010/13 irányelv 4. cikkének (1) bekezdésében végső soron az jut kifejezésre, hogy az audiovizuális médiaszolgáltatások uniós jogi szabályozása csupán minimumharmonizációs jelleggel bír.¹⁷ Ezt erősítik meg nem utolsósorban a 2010/13 irányelv preambulumbekendései, különösen a (41) és a (83) preambulumbekendése.

30. A Sky Italia véleményétől eltérően a 2010/13 irányelvből nem állapítható meg a televíziós reklámok adásidejének felső korlátjára vonatkozó olyan differenciált tagállami rendelkezések általános tilalma sem, amelyek különbséget tesznek a televíziós műsorszolgáltatók különböző kategóriái között. Így ezen irányelv 4. cikkének (1) bekezdése kifejezetten megengedi a tagállamoknak, hogy ne csak *szigorúbb*, hanem *részletesebb* szabályokat is elfogadjanak a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatókra vonatkozóan. Még egyértelműbb az irányelvnek a 4. cikk (1) bekezdésének értelmezése szempontjából irányadó (83) preambulumbekendése, miszerint különösen a televíziós reklámok tekintetében a tagállamok számára fenn kell tartani a jogot, hogy „bizonyos körülmények között eltérő feltételeket szabhassanak meg a joghatóságuk alá tartozó televíziós műsorszolgáltatók számára”.¹⁸

31. Ilyen körülmények alapján nem állapítható meg, hogy a 2010/13 irányelv kategorikusan kizárja a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó, a televíziós műsorszolgáltató típusa szerint eltérő felső korlátot.

32. Mindazonáltal még vizsgálándó, hogy az olasz 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikkében szereplő szabályozás összhangban áll-e az egyéb uniós joggal, ahogy ezt a 2010/13 irányelv 4. cikk (1) bekezdésének utolsó félmondata előírja. A kérdést előterjesztő bíróságnak jelentős kétségei vannak azzal kapcsolatban, hogy az olasz szabályozás összeegyeztethető-e az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elvével (lásd erről rögtön az a) részt), illetve a belső piac különböző alapvető szabadságaival (lásd erről a lenti b) részt).

a) Az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elve

33. Az egyenlő bánásmód elve az uniós jog általános jogelve, amelyet az Európai Unió Alapjogi Chartájának 20. és 21. cikke rögzít,¹⁹ és amely így uniós alapjogi rangot élvez.

34. Az állandó ítélkezési gyakorlatból következik, hogy az említett elv megköveteli, hogy hasonló helyzeteket ne kezeljenek eltérő módon, és hogy az eltérő helyzeteket ne kezeljék egyenlő módon, kivéve, ha az ilyen bánásmód objektíven igazolható.²⁰

17 — Ugyanebben az értelemben lásd a 89/552 irányelvre vonatkozóan a C-412/93. sz. Leclerc-Siplec ügyben 1995. február 9-én hozott ítélet (EBHT 1995., I-179. o.) 29. és 44. pontját, a C-222/07. sz. UTECA-ügyben 2009. március 5-én hozott ítélet (EBHT 2009., I-1407. o.) 19. pontját, valamint a C-244/10. és C-245/10. sz. Mesopotamia Broadcast egyesített ügyekben 2011. szeptember 22-én hozott ítélet (EBHT 2011., I-8777. o.) 17. pontját.

18 — Lásd a 89/552 irányelvre vonatkozóan a C-52/10. sz., Eleftheri tileorasi és Giannikos ügyben 2011. június 9-én hozott ítélet (EBHT 2011., I-4973. o.) 35. pontját is.

19 — A C-550/07. P. sz., Akzo Nobel Chemicals és Akros Chemicals kontra Bizottság, „Akzo Nobel”-ügyben 2010. szeptember 14-én hozott ítélet (EBHT 2010., I-8301. o.) 54. pontja; lásd ezenkívül a 117/76. és 16/77. sz., Ruckdeschel és társai egyesített ügyekben 1977. október 19-én hozott ítélet (EBHT 1977., 1753. o.) 7. pontját, és a C-300/04. sz., Eman és Sevinger ügyben 2006. szeptember 12-én hozott ítélet (EBHT 2006., I-8055. o.) 57. pontját.

20 — A C-344/04. sz., IATA és ELFAA ügyben 2006. január 10-én hozott ítélet (EBHT 2006., I-403. o.) 95. pontja, a C-127/07. sz., Arcelor Atlantique és Lorraine és társai, „Arcelor”-ügyben 2008. december 16-án hozott ítélet (EBHT 2008., I-9895. o.) 23. pontja, és a 19. lábjegyzetben hivatkozott Akzo Nobel ügyben hozott ítélet 55. pontja.

35. E tekintetben az eltérő helyzeteket jellemző tényezőket, és így e helyzetek hasonló jellegét főként a szóban forgó különbségtételt létrehozó szabályozás tárgyának és céljának fényében kell meghatározni és értékelni.²¹ Ezen túlmenően tekintetbe kell venni azon szabályozási terület elveit és céljait, amely alá a szóban forgó szabályozás tartozik.²²

36. A jelen ügyben tehát a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikke céljának figyelembevételével azt kell tárgyalni, hogy az egyenlőtlen bánásmód, amelyet az olasz jogalkotó a fizetős csatornák és a szabadon fogható csatornák műsorszolgáltatóival szemben a televíziós reklámok adásidejének felső korlátja tekintetében alkalmaz, a televíziós műsorszolgáltatók és az általuk közvetített televíziós műsorok közötti különbségeken alapul-e, vagy – ha nem ez a helyzet – ezt az egyenlőtlen bánásmódot objektív okok igazolják-e.

37. Amennyire megállapítható, maga a 177/2005. sz. decreto legislativo nem ad egyértelmű felvilágosítást a 38. cikk célkitűzésére vonatkozóan. Mindazonáltal egy rendelkezés elfogadásának körülményei utalhatnak az általa követett célokra.²³

38. A kérdést előterjesztő bíróság által szolgáltatott információk szerint a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikkében szereplő rendelkezés esetében két célkitűzés jön tekintetbe: egyrészt a fogyasztóvédelem (lásd erről rögtön az i. részt), amelyet az AGCOM a vitatott határozatban különösen előtérbe helyez, másrészt pedig a szabadon fogható kereskedelmi csatornák műsorszolgáltatóinak esetleges szándékos előnyben részesítése a fizetős csatornák műsorszolgáltatóival szemben (lásd erről a lenti ii. részt). Mindkét szempont szerint vizsgálni kell tehát, hogy a fizetős csatornák és a szabadon fogható kereskedelmi csatornák műsorszolgáltatói hasonló helyzetben vannak-e, és az olasz szabályozás által velük szemben alkalmazott egyenlőtlen bánásmód az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elve megsértésének minősül-e.

i) Az egyenlő bánásmód elvéről a fogyasztóvédelem tekintetében

39. A fogyasztók mint televíziónézők túlzott reklámokkal szembeni védelmének nagy jelentősége van az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv – ahogy már a korábbi a „határok nélküli televíziózásról szóló” irányelv – keretében.²⁴

40. Ahogy különösen az olasz kormány és az RTI helytállóan kifejtette, a fogyasztók, illetve a televíziós műsorszolgáltatók és a hirdetők érdekei között létrehozandó egyensúly más a fizetős csatornák és más a szabadon fogható kereskedelmi csatornák esetében. A fizetős csatornák ugyanis rendszerint különleges műsorkínálatot nyújtanak, különösen bizonyos filmeket, szórakoztató műsorokat és sportrendezvények közvetítését, amelyek a szabadon fogható kereskedelmi csatornákon nem vagy nem azonos módon érhetőek el. E fizetős csatornák vételéért a néző az adott televíziós műsorszolgáltatónál fennálló egyedi előfizetése keretében már szerződéses díjat fizetett. A néző tehát ésszerűen elvárhatja, hogy a fizetős csatornákon egyértelműen kevesebb reklámmal szembesüljön, mint a szabadon fogható kereskedelmi csatornákon, amelyek vételéért általában nem kell külön díjat fizetnie, és amelyeknek túlnyomó – ha nem az egyetlen – finanszírozási forrása a reklám.

21 — A 20. lábjegyzetben hivatkozott Arcelor-ügyben hozott ítélet 25. pontja, a C-221/09. sz. AJD Tuna ügyben 2011. március 17-én hozott ítélet (EBHT 2011., I-1655. o.) 93. pontja, és a C-176/09. sz., Luxemburg kontra Parlament és Tanács ügyben 2011. május 12-én hozott ítélet (EBHT 2011., I-3727. o.) 32. pontja.

22 — Ebben az értelemben lásd a 20. lábjegyzetben hivatkozott Arcelor-ügyben hozott ítélet 26. pontját, és a 21. lábjegyzetben hivatkozott Luxemburg kontra Parlament és Tanács ügyben hozott ítélet 32. pontját.

23 — Ebben az értelemben lásd a C-411/05. sz. Palacios de la Villa-ügyben 2007. október 16-án hozott ítélet (EBHT 2007., I-8531. o.) 56. és 57. pontját, a C-388/07. sz. Age Concern England ügyben 2009. március 5-én hozott ítélet (EBHT 2009., I-1569. o.) 44. és 45. pontját, valamint a C-341/08. sz. Petersen-ügyben 2010. január 12-én hozott ítélet (EBHT 2010., I-47. o.) 39. és 40. pontját.

24 — A 16. lábjegyzetben hivatkozott RTL Television ügyben hozott ítélet 64. és 70. pontja, valamint a C-195/06. sz. Österreichischer Rundfunk ügyben 2007. október 18-án hozott ítélet (EBHT 2007., I-8817. o.) 27. pontja.

41. A fizetős csatornák és a szabadon fogható kereskedelmi csatornák közötti ezen objektív különbség jogszerűen tehető a nemzeti jogban a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó felső korlát differenciált szabályozásának kiindulópontjává.

42. A Sky Italia és a Bizottság azt a kifogást hozza fel, hogy a fizetős csatornák nézőinek a túlzott reklámmal szembeni ilyen különös védelme nem szükséges. Ha az érintett nézők terhesnek érzik a fizetős csatornákon közvetített reklámot, akkor – a Bizottság véleménye szerint – maguk is kellően megvédhetik az érdekeiket azáltal, hogy a fizetős csatornák adott műsorszolgáltatójánál nem fizetnek elő, vagy a fennálló szerződéses kapcsolatot megszüntetik.

43. Az ilyen kifogás azonban a jelen összefüggésben nem megalapozott. A tagállamoknak kell ugyanis eldönteniük, hogy bíznak-e a kínálat és a kereslet pusztá játékában, és ha igen, mennyiben, vagy fogyasztóvédelmi okokból további, a 2010/13 irányelv szerinti minimumharmonizáción túlmenő intézkedéseket hoznak. E tekintetben minden tagállam maga köteles a fogyasztóvédelemnek a területén elérendő szintjét meghatározni, ez a szint pedig a dolog természetéből következően tagállamonként változhat.²⁵

44. Amennyiben egy tagállam úgy dönt, hogy a 2010/13 irányelv 4. cikkének (1) bekezdése szerint a fogyasztók mint televíziónézők védelme érdekében a televíziós reklámok adásidejére vonatkozóan szigorúbb felsőbb korlátot fogad el, mint amelyet az uniós jogalkotó a 20%-os korláttal előírt, akkor e tagállam ennek során mindenképpen figyelembe veheti a nézők egyes csoportjainak különböző érdekeit.

45. Az, hogy a fizetős csatornák nézői esetében esetleg csak a televíziónézők kisebbségéről van szó, ebben az összefüggésben nem releváns. Kizárólag az adott televíziónézők mint fogyasztók védelem iránti igénye bír ugyanis jelentőséggel, függetlenül attól, hogy e nézők számszerűen nagyobb vagy kisebb csoportnak, kisebbségnek vagy többségnek minősülnek-e.

46. Mindent egybevetve tehát – a fogyasztóvédelem szempontjából – a fizetős csatornákon közvetített televíziós reklám és a szabadon fogható kereskedelmi csatornákon közvetített reklám esetében különböző tényállásokról van szó. Amennyiben az ilyen különböző tényállásokra fogyasztóvédelmi célból különböző rendelkezéseket írnak elő, ez nem ellentétben, hanem összhangban áll az egyenlő bánásmód elvével.

ii) Az egyenlő bánásmód elvéről, tekintettel a szabadon fogható kereskedelmi csatornák műsorszolgáltatóinak esetleges szándékos előnyben részesítésére

47. Azt kell még vizsgálni, hogy az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elvének az olasz szabályozás második lehetséges célja tekintetében is eleget tettek-e. Ez a cél, amelyet a kérdést előterjesztő bíróság helyenként még „a szóban forgó nemzeti jogszabályok fő céljának” is nevez, az, hogy „a szabadon fogható televíziós csatornák műsorszolgáltatói számára a reklámbevételek révén magasabb bevételt biztosítsanak”.

48. Ezzel kapcsolatban először meg kell jegyezni, hogy az adásidők televíziós reklámok céljára való értékesítése külön piacon zajlik. Ezt a piacot meg kell különböztetni a végfelhasználók piacától, amelyen végül a televízióadást közvetítik. Ezért önmagában abból a körülményből, hogy a végfelhasználók piacán a televíziónézők szempontjából objektív különbségek állhatnak fenn a televíziós

25 — Ebben az értelemben – az alapvető szabadságok területéről – lásd a C-384/93. sz. Alpine Investments ügyben 1995. május 10-én hozott ítélet (EBHT 1995., I-1141. o.) 27. és 51. pontját, valamint a C-42/07. sz., Liga Portuguesa de Futebol Profissional és Bwin International ügyben 2009. szeptember 8-án hozott ítélet (EBHT 2009., I-7633. o.) 58. pontját.

műsorszolgáltatók között,²⁶ nem lehet automatikusan arra következtetni, hogy ilyen különbségek az adásidő televíziós reklámok céljára történő értékesítésének ezt megelőző szintjén is léteznek. Ellenkezőleg, a jelen ügyben nem állnak fenn támpontok efféle különbségekre vonatkozóan, sem a televíziós műsorszolgáltatók, sem a hirdetőik szempontjából.

49. A televíziós műsorszolgáltatók a televíziós reklámok adásidejének értékesítése során közvetlen versenyben vannak egymással a hirdetőkért, és így végső soron a televíziós műsoraik finanszírozását szolgáló bevételekért. Ez attól függetlenül érvényes, hogy a televíziós reklám az egyetlen bevételi forrásuk-e, vagy sem. Valamennyi műsorszolgáltató hasonló helyzetben van tehát a televíziós reklámok adásidejének értékesítése tekintetében.

50. A hirdetőik számára szintén nem közvetlenül mérvadó, hogy a reklámbejátszásait fizetős csatornákon vagy szabadon fogható kereskedelmi csatornákon közvetítik-e. A hirdetőik szempontjából sokkal inkább elsősorban az bír jelentőséggel, hogy milyen árat kell fizetniük a megszerzett adásidőért, és hogy a reklámjukkal a megfelelő célcsoportot lehetőleg magas nézettségi mutatókkal érhessek el.

51. Így a műsorszolgáltatók helyzete a televíziós reklámok adásidejének értékesítése tekintetében mind maguknak a műsorszolgáltatóknak a szempontjából, mind a hirdetőik szempontjából lényegében hasonló. A velük szemben alkalmazott egyenlőtlen bánásmód – amelyet az olasz jogalkotó alkalmaz a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó eltérő felső korlát megállapításával – ebből a szemszögből objektív igazolást igényel.

52. Az adásidő eltérő felső korlátja nem igazolható kizárólag az olasz jogalkotó azon céljával, hogy „a szabadon fogható televíziós csatornák műsorszolgáltatói számára a reklámbevételek révén magasabb bevételt biztosítson”.

53. Lehetnek ugyan helyzetek, amelyekben egy tagállam a televíziós kínálat sokszínűségének biztosítása, különösen magas színvonalú szabadon fogható televíziós műsorok biztosítása érdekében jogszerűen ösztönző intézkedéseket fogadhat el hátrányos helyzetben lévő műsorszolgáltatók javára.

54. Ösztönző intézkedés iránti ilyen igény azonban a jelen ügyben nem állapítható meg. Az előzetes döntéshozatalra utaló határozat szerint Olaszországban jelenleg nincsenek versenyhátrányban a szabadon fogható országos kereskedelmi csatornák műsorszolgáltatói. Éppen ellenkezőleg, a kérdést előterjesztő bíróság által szolgáltatott információk szerint a televíziós reklámok olasz piacán a szabadon fogható kereskedelmi csatornák legnagyobb műsorszolgáltatója már egyébként is erőfölényben van.

55. Amennyiben ilyen körülmények között valamely nemzeti jogalkotó a reklámbevételek révén magasabb bevételt akar biztosítani a szabadon fogható csatornák műsorszolgáltatói számára, ez a cél ellentétes a 2010/13 irányelv alapvető célkitűzéseivel, amely irányelv a szabad versenyt és a televíziós műsorszolgáltatók közötti egyenlő bánásmódot akarja biztosítani, valamint a műsorszolgáltatók közötti azonos versenyfeltételek megteremtését kívánja előmozdítani.²⁷ Ezekkel az uniós jog által előírt célkitűzésekkel összeegyeztethetetlen, hogy a televíziós műsorszolgáltatók bizonyos kategóriáját a televíziós reklámok révén történő finanszírozás tekintetében objektív indok nélkül előnyben részesítsék más televíziós műsorszolgáltatókkal szemben.²⁸

26 — Lásd erről a jelen indítvány 40. és 41. pontját.

27 — A 2010/13 irányelv (10) preambulumbekzdése.

28 — Más megoldás csak akkor állhatna fenn, ha a jogalkotó intézkedése valójában nem a szabadon fogható kereskedelmi csatornák műsorszolgáltatóinak előnyben részesítésére, hanem e műsorszolgáltatók esetlegesen fennálló, más televíziós műsorszolgáltatókkal szembeni hátrányban részesítésének ellensúlyozására irányulna. Erre vonatkozóan azonban a jelen ügyben nincsenek támpontok.

iii) Közbenső következtetés

56. Ahogy jeleztem, az olasz szabályozásnak az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elve alapján történő vizsgálata különböző eredményre vezet attól függően, hogy milyen célra irányul.

57. Amennyiben a fogyasztóknak a túlzott reklámokkal szembeni védelme áll a középpontban, úgy az egyenlő bánásmód elvével összeegyeztethető az, hogy a fizetős csatornákon és a szabadon fogható kereskedelmi csatornákon eltérő felső korlátot állapítanak meg a televíziós reklám adásidejére vonatkozóan. Amennyiben az a célkitűzés áll a középpontban, hogy a kereskedelmi műsorszolgáltatóknak a reklámbevételek révén magasabb bevételt, és így jobb finanszírozást biztosítsanak, akkor az egyenlő bánásmód elve tiltja, hogy e célból eltérő felső korlátot írjanak elő a fizetős csatornákon és a szabadon fogható kereskedelmi csatornákon közvetített televíziós reklámok adásidejére vonatkozóan.

58. A kérdést előterjesztő bíróság feladata, hogy megvizsgálja, hogy a 177/2005. sz. decreto legislativo esetében a két lehetséges jogalkotói célkitűzés közül melyik áll előtérben, és hogy ebből az egyenlő bánásmód általános elve tekintetében a szükséges következtetéseket levonja.

b) Az európai belső piac alapvető szabadságai

59. Az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elve mellett a Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio ezen első kérdés keretében az európai belső piac különböző alapvető szabadságaival kapcsolatban is kérdezi a Bíróságot, mégpedig a szolgáltatásnyújtás szabadságával (EUMSZ 56. cikk), a letelepedés szabadságával (EUMSZ 49. cikk) és a tőke szabad mozgásával (EUMSZ 63. cikk (1) bekezdése) kapcsolatban. A kérdést előterjesztő bíróság véleménye szerint az egyenlő bánásmód elvének megsértése „szükségszerűen” ezen alapvető szabadságok korlátozását és a verseny torzulását eredményezi.

60. Főszabály szerint az említett belső piaci rendelkezésekkel ellentétes valamennyi olyan nemzeti intézkedés, amely – legyen bár állampolgársági alapon történő hátrányos megkülönböztetés nélkül alkalmazandó – alkalmas arra, hogy megzavarja vagy kevésbé vonzóvá tegye a Szerződés által biztosított alapvető szabadságok gyakorlását.²⁹ Mindazonáltal nem áll fenn ilyen korlátozás, ha valamely intézkedés hatásai túlságosan bizonytalanok és közvetettek ahhoz, hogy korlátozhatnák az említett alapvető szabadságok gyakorlását.³⁰

61. Először is a letelepedés szabadságát és a tőke szabad mozgását illetően, e két alapvető szabadság és a televíziós reklám adásidejének Olaszországban érvényben lévő felső korlátja között csak nehezen ismerhető fel összefüggés. Igaz, hogy Olaszországban a reklámadásidő felső korlátja a fizetős csatornák esetében alacsonyabb, mint a szabadon fogható kereskedelmi csatornák esetében. Mindazonáltal a reklámok adásidejében mutatkozó ilyen különbség hatásai – legalábbis a Bíróság számára rendelkezésre álló információk szerint – túlságosan bizonytalanok és közvetettek ahhoz, hogy külföldi televíziós műsorszolgáltatók vagy külföldi befektetők esetleges befektetési döntéseit az olasz televíziós piacon komolyan befolyásolhassák. A letelepedés szabadságának vagy a tőke szabad mozgásának korlátozásából tehát nem lehet kiindulni.

29 — Lásd többek között a C-212/06. sz., *Gouvernement de la Communauté française és gouvernement wallon* ügyben 2008. április 1-jén hozott ítélet (EBHT 2008., I-1683. o.) 45. pontját, és a C-518/06. sz., *Bizottság kontra Olaszország* ügyben 2009. április 28-án hozott ítélet (EBHT 2009., I-3491. o.) 62. pontját.

30 — A C-211/08. sz., *Bizottság kontra Spanyolország* ügyben 2010. június 15-én hozott ítélet (EBHT 2010., I-5267. o.) 72. pontja.

62. Ezzel szemben a televíziós reklám adásidejére vonatkozó felső korlát Olaszországban érvényben lévő állami szabályozása a szolgáltatásnyújtás szabadsága korlátozásának minősülhet, mivel általában az olasz televíziós műsorszolgáltatók számára, és különösen a fizetős csatornák műsorszolgáltatói számára korlátozza annak lehetőségét, hogy más tagállamokban letelepedett hirdetőik számára reklámot közvetítsenek.³¹

63. Az ítélkezési gyakorlat szerint³² a Szerződésekben biztosított alapvető szabadságok korlátozása csak akkor igazolható, ha azzal jogos és a Szerződéssel összeegyeztethető célt követnek, és ha azt közérdeken alapuló kényszerítő okok igazolják. Ilyen esetben a korlátozásnak ezenfelül alkalmasnak kell lennie a követett cél elérésének biztosítására, és nem léphet túl az e cél eléréséhez szükséges mértéken.

64. E tekintetben ugyanazokból a megfontolásokból kell kiindulni, mint amelyeket fent az egyenlő bánásmód általános elvével összefüggésben kifejtettem. Így a jogalkotó esetleges azon szándéka, hogy „a szabadon fogható televíziós csatornák műsorszolgáltatói számára a reklámbevételek révén magasabb bevételt biztosítson”, tehát egy tisztán gazdasági megfontolás, rendszerint nem tekinthető olyan jogszerű célnak, amely alkalmas lenne arra, hogy a szolgáltatásnyújtás szabadságának a televíziós reklámok területén történő korlátozását igazolja.³³ Ezzel szemben a fogyasztóknak mint televíziónézőknek a túlzott reklámmal szembeni védelme elismerten közérdeken alapuló kényszerítő ok, amely igazolhatja a szolgáltatásnyújtás szabadságának korlátozását.³⁴ Azt, hogy az olasz szabályozás e célok közül melyiket szolgálja, kizárólag a kérdést előterjesztő bíróságnak kell megítélnie.

65. Amennyiben a kérdést előterjesztő bíróság – ahogy már az AGCOM a vitatott határozatban – arra a következtetésre jut, hogy a 177/2005. sz. decreto legislativo 38. cikke a fogyasztóknak mint televíziónézőknek a túlzott reklámmal szembeni védelmét szolgálja, azt kell majd vizsgálnia, hogy a televíziós reklám adásidejére vonatkozó felső korlátnak a fizetős csatornákon óránkénti 14%-ra történő, a 2011. évben érvényben lévő korlátozása alkalmas és szükséges volt-e ennek a célnak az eléréséhez.

66. Azon információk alapulvételével, amelyekkel a Bíróság a jelen eljárásban rendelkezik, semmi sem szól az ellen, hogy a televíziós reklám adásidejének a fizetős csatornákon történő, vitatott korlátozása a fogyasztóvédelmi célra tekintettel arányosnak minősüljön. Önmagában abból a körülményből, hogy a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó felső korlát a fizetős csatornákon és a szabadon fogható csatornákon eltérő, nem lehet arra következtetni, hogy az olasz szabályozás inkoherens lenne. Az említett körülmény ugyanis – ahogy már kifejtettem³⁵ – objektív sajátosságokon alapul.

B – Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett második kérdés

67. A második kérdésével a kérdést előterjesztő bíróság azt szeretné megtudni, hogy a televíziós reklámok adásidejére vonatkozóan az olasz jogban előírt eltérő felső korlát összeegyeztethető-e a tömeg tájékoztatás szabadságával és sokszínűségével, ha ez torzítja a versenyt, és a televíziós reklámok piacán erőfölény kialakulásának vagy megerősítésének kedvez.

31 — A C-34/95-C-36/95. sz., De Agostini és TV-Shop egyesített ügyekben 1997. július 9-én hozott ítélet (EBHT 1997., I-3843. o.) 50. pontja, és a 13. lábjegyzetben hivatkozott ARD-ügyben hozott ítélet 49. pontja; hasonlóképpen a C-429/02. sz. Bacardi France ügyben 2004. július 13-án hozott ítélet (EBHT 2004., I-6613. o.) 35. pontja és a 13. lábjegyzetben hivatkozott Corporación Dermoestética ügyben hozott ítélet 33. pontja, a televíziós reklámok bizonyos fajtáinak tilalmát érintően.

32 — Lásd többek között a C-341/05. sz. Laval un Partneri ügyben 2007. december 18-án hozott ítélet (EBHT 2007., I-11767. o.) 101. pontját; lásd a 29. lábjegyzetben hivatkozott Bizottság kontra Olaszország ügyben hozott ítélet 72. pontját is.

33 — Lásd a jelen indítvány 51. és 52. pontját.

34 — A 13. lábjegyzetben hivatkozott ARD-ügyben hozott ítélet 50. pontja; lásd a 31. lábjegyzetben hivatkozott De Agostini és TV-Shop ügyben hozott ítélet 53. pontját, és a 17. lábjegyzetben hivatkozott Mesopotamia Broadcast ügyben hozott ítélet 48. és 49. pontját is.

35 — Lásd erről különösen a jelen indítvány 40. és 41. pontját.

1. Elfogadhatóság

68. A Bizottság és az RTI kétségét fejezi ki e kérdés elfogadhatóságát illetően. Ezt a kifogást jogosnak tartom.

69. Az RTI véleményétől eltérően az előzetes döntéshozatalra előterjesztett második kérdést nem lehet azzal az indokkal elutasítani, hogy az kizárólag a nemzeti jogot érinti. A tömegtájékoztatás szabadsága és sokszínűsége ugyanis uniós jogi elv is, amelyet jelenleg nem utolsósorban az Alapjogi Charta 11. cikkének (2) bekezdése is rögzít. Ezen elv értelmezésével kapcsolatban főszabály szerint lehet előzetes döntéshozatal iránti kérelmet terjeszteni a Bíróság elé.

70. Ahogy azonban a Bizottság helytállóan kifejti, minden előzetes döntéshozatal iránti kérelemnek tartalmaznia kell az alapügy tényállására vonatkozó minimális mértékű információt ahhoz, hogy az előzetes döntéshozatali eljárásban részt vevő felek ésszerűen észrevételeket terjeszthessenek elő, és a Bíróság hasznos választ adhasson az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekre.³⁶ Ez különösen akkor bír jelentőséggel, ha az alapügy megoldásának kulcsa vállalkozások közötti versenyviszonyok megítélésében rejlik.

71. A jelen ügyben az előzetes döntéshozatal iránti kérelem túl kevés információt tartalmaz az érintett piacokról és e piacok sajátosságairól ahhoz, hogy a Bíróság hasznos választ adhasson az előzetes döntéshozatalra előterjesztett második kérdésre.

72. A Bíróságnak tehát elfogadhatatlannak kellene minősítenie az előzetes döntéshozatalra előterjesztett második kérdést.

2. Tartalmi értékelés

73. Másodlagosan a következő észrevételeket teszem az előzetes döntéshozatalra előterjesztett második kérdéssel kapcsolatban.

74. A tömegtájékoztatás szabadságának és sokszínűségének az Alapjogi Charta 11. cikkének (2) bekezdésében rögzített elve egy demokratikus társadalomban kiemelkedő szerepet kap.³⁷ A 2010/13 irányelvnek is célkitűzése, hogy a televízió közvetített információ sokszínűségének és szabadságának korlátozását megakadályozza.³⁸

75. A televíziós reklámnak a televíziós tevékenység finanszírozásában fennálló jelentőségére tekintettel nem zárható ki eleve, hogy a televíziós műsorszolgáltatók között torzul a verseny, ha közülük egyesek e finanszírozási forrással az adásidő rájuk rótt különös korlátozása miatt más műsorszolgáltatókhoz képest kevésbé tudnak élni.

76. Mindazonáltal az, hogy a televíziós reklám adásidejére vonatkozó eltérő felső korlát ténylegesen versenytorzulást eredményez-e a televíziós műsorszolgáltatók különböző típusai között, számos tényezőtől függ, nem utolsósorban attól, hogy az adott műsorszolgáltatók milyen mértékben vannak a reklámra mint finanszírozási forrásra utalva, és milyen további forrásokból finanszírozhatják adott esetben a televíziós műsoraikat.

36 — A C-320/90-C-322/90. sz., Telemarsicabruzzo és társai egyesített ügyekben 1993. január 26-án hozott ítélet (EBHT 1993., I-393. o.) 6. és 7. pontja, a C-134/03. sz. Viacom Outdoor ügyben 2005. február 17-én hozott ítélet (EBHT 2005., I-1167. o.) 22. és 25–32. pontja, valamint a C-380/05. sz. Centro Europa 7 ügyben 2008. január 31-én hozott ítélet (EBHT 2008., I-349. o.) 57. és 58. pontja.

37 — Ebben az értelemben a C-283/11. sz. Sky Österreich ügyben 2013. január 22-én hozott ítélet 52. pontja is.

38 — A 2010/13 irányelv (8) preambulumbekkezdése.

77. Önmagában az a körülmény, hogy valamely televíziós műsorszolgáltató a televíziós reklámok adásidejének értékesítése során különösen erős pozícióval rendelkezik, még nem jelenti azt, hogy más televíziós műsorszolgáltatók nem folytathatnak vele televíziós műsoraik tekintetében hatékony versenyt a nézőkért.

78. Ezenkívül a műsorszolgáltatók közötti versenyfeltételek nem minden változása eredményezi szükségszerűen a tömegtájékoztatás szabadságának és sokszínűségének sérelmét.

79. Ellenétes azonban az Alapjogi Charta 11. cikkének (2) bekezdésével a televíziós tevékenység olyan nemzeti szabályozása, amely alkalmas arra, hogy a műsorszolgáltatók közötti versenyt jelentősen torzítsa, és ezáltal a tömegtájékoztatás szabadsága és sokszínűsége korlátozásának komoly veszélyét előidézze.

VI – Véggövetkeztetések

80. A fenti megfontolások alapján azt javaslom, hogy a Bíróság a Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio előzetes döntéshozatal iránti kérelmére a következőképpen válaszoljon:

- 1) Az olyan nemzeti szabályozás, amely az adásidőnek a 2010/13/EU irányelv 23. cikkének (1) bekezdésében meghatározott, egész órától egész óráig tartó időtartamon belüli 20%-os felső korlátja keretén belül a fizetős csatornákon közvetített televíziós reklámra vonatkozóan rövidebb adásidőt ír elő, mint a szabadon fogható kereskedelmi csatornák esetében, az irányelvnek az egyenlő bánásmód általános uniós jogi elvével és az EUMSZ 56. cikkel összefüggésben értelmezett 4. cikkének (1) bekezdésével
 - összeegyeztethetetlen, amennyiben az a célja, hogy a szabadon fogható csatornák műsorszolgáltatóinak – jóllehet ezek nincsenek nyilvánvaló versenyhátrányban – a reklámbevételek révén magasabb bevételt biztosítson,
 - összeegyeztethető, amennyiben arányos módon az a célja, hogy védje a fogyasztókat mint televíziónézőket a televíziós reklám általi túlzott terheléstől.

A nemzeti bíróság feladata annak vizsgálata, hogy a nemzeti szabályozás e két cél közül melyiket követi, és ha mindkettőt, akkor e célok közül melyik áll előtérben.

- 2) Az ilyen szabályozás nem ellentétes az EUMSZ 49. cikkel és az EUMSZ 63. cikk (1) bekezdésével.