



## Határozatok Tára

A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (harmadik tanács)

2024. január 30.\*

„Előzetes döntéshozatal – 2010/13/EU irányelv – Audiovizuális médiaszolgáltatások – A 23. cikk (1) és (2) bekezdése – A televíziós reklám óránkénti adásidejére vonatkozóan előírt korlátozások – Eltérések – A »[televíziós] műsorszolgáltató saját műsorszámairól szóló hirdetések« fogalma – Az ilyen műsorszolgáltató által az ugyanazon műsorszolgáltató csoporthoz tartozó rádióállomás adásainak népszerűsítése céljából közvetített közlemények”

A C-255/21. sz. ügyben,

az EUMSZ 267. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Consiglio di Stato (államtanács, Olaszország) a Bírósághoz 2021. április 21-én érkezett, 2021. március 25-i határozatával terjesztett elő

a **Reti Televisive Italiane SpA (RTI)**

és

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

között,

az **Elemedia SpA,**

a **Radio Dimensione Suono SpA,**

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

részvételével folyamatban lévő eljárásban,

A BÍRÓSÁG (harmadik tanács),

tagjai: K. Jürimäe tanácselnök, N. Piçarra (előadó), M. Safjan, N. Jääskinen és M. Gavalec bírák,

főtanácsnok: J. Kokott,

hivatalvezető: C. Di Bella tanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2022. szeptember 14-i tárgyalásra,

\* Az eljárás nyelve: olasz.

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

- a Reti Televisive Italiane SpA (RTI) képviselőjében F. Lepri, M. Molino és G. Rossi avvocati,
  - az Elemedia SpA, a Radio Dimensione Suono SpA és az RTL 102,500 Hit Radio Srl képviselőjében F. Di Ciommo avvocato,
  - az olasz kormány képviselőjében G. Palmieri, meghatalmazotti minőségben, segítőtje: R. Guizzi avvocato dello Stato,
  - a lengyel kormány képviselőjében B. Majczyna, meghatalmazotti minőségben,
  - az Európai Bizottság képviselőjében G. Braun és L. Malferrari, meghatalmazotti minőségben,
- a főtanácsnok indítványának a 2023. július 13-i tárgyaláson történt meghallgatását követően, meghozta a következő

### Ítéletet

- 1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem 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 2010. L 95., 1. o.; helyesbítés: HL 2010. L 263., 15. o.) 23. cikke (1) bekezdésének és (2) bekezdése a) pontjának, valamint – az első irányelvet módosító, ám az alapügyre időbeli hatályánál fogva nem alkalmazandó – 2018. november 14-i (EU) 2018/1808 európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2018. L 303., 69. o.) (43) preambulumbekzdésének az értelmezésére vonatkozik.
- 2 E kérelmet a Reti Televisive Italiane SpA (RTI) és az Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) (távközlési felügyeleti hatóság, Olaszország) között, e hatóság három határozatának jogszerűsége tárgyában folyamatban lévő jogvita keretében terjesztették elő, amelyekkel e hatóság szankciót állapított meg az RTI-vel szemben, mivel a Canale 5, az Italia 1 és a Rete 4 televíziós csatornák megsértették a televíziós reklám óránkénti adásidejére vonatkozóan előírt korlátozásokkal kapcsolatos olasz szabályozást.

### Jogi háttér

#### *Az uniós jog*

##### *A 2010/13 irányelv*

- 3 A 2010/13 irányelv (23), (25), (87), (96) és (97) preambulumbekzdése kimondja:

„(23) Ezen irányelv alkalmazásában az »audiovizuális« kifejezés a hangos vagy néma mozgóképre utal, így a némafilmeket is magában foglalja, de nem terjed ki a hangátviteli vagy rádiós szolgáltatásokra. [...]

[...]

- (25) A médiaszolgáltató és így az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalmának meghatározása szempontjából alapvető fontosságú a szerkesztői felelősség fogalma. A tagállamok az ezen irányelv végrehajtásához szükséges rendelkezések elfogadásakor a szerkesztői felelősség fogalm meghatározásának további vonatkozásait, nevezetesen a »tényleges ellenőrzést« is megállapíthatják. [...]

[...]

- (87) Óránkénti 20%-os korlátozást kell megállapítani televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások tekintetében, ezt a korlátozást a főműsoridőre is alkalmazni kell. A televíziós reklámbejátszás fogalma alatt az 1. cikk (1) bekezdésének i. alpontjában meghatározott, tizenkét percet meg nem haladó időtartamú televíziós reklámot kell érteni.

[...]

- (96) Szükséges tisztázni, hogy az önreklámozási tevékenységek a reklám egy sajátos formáját alkotják, melynek során a műsorszolgáltató saját termékeit, szolgáltatásait, műsorait vagy csatornáit hirdeti. Különösen, a műsorokból vett kivonatokból álló előzeteseket műsorként kell kezelni.

- (97) A televíziós műsorszolgáltató részéről saját műsoraival és a közvetlenül ezekből keletkező kiegészítő termékeivel kapcsolatban tett közleményeire, valamint a díjmentesen közvetített közszolgálati közleményekre és jótékonyági felhívásokra biztosított napi adásidőt nem kell beszámítani abba a napi vagy óránkénti adásidőbe, amely reklámra és televíziós vásárlásra biztosítható.”

4 Ezen irányelv 1. cikkének (1) bekezdése a következő fogalm meghatározásokat tartalmazza:

„[...]

- a) »audiovizuális médiaszolgáltatás«:
- i. az [EUMSZ] 56. és 57. cikkében meghatározott olyan szolgáltatás, amelyért egy médiaszolgáltató szerkesztői felelősséggel rendelkezik, és amelynek elsődleges célja műsorszámoknak tájékoztatás, szórakoztatás vagy oktatás céljából a közönséghez történő eljuttatása [...];
  - ii. audiovizuális kereskedelmi közlemény;
- b) »műsorszám«: hangos vagy néma mozgóképek sorozata, amely egy médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot, és amelynek formája és tartalma a televíziós műsorszolgáltatáshoz hasonlítható. A műsorszámok magukban foglalják például az egész estés filmeket, sporteseményeket, vígjátékokat, dokumentumfilmeket, gyermekműsorokat és az eredeti drámákat;
- c) »szerkesztői felelősség«: a műsorszámok kiválasztása és összeállítása – televíziós műsorszolgáltatás esetében a műsorszámok időbeli összeállítása, lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások esetében pedig a műsorkínálat összeállítása – során megvalósuló tényleges ellenőrzés. A szerkesztői felelősség nem eredményezi szükségszerűen a nemzeti jog szerinti jogi felelősséget a nyújtott tartalom vagy szolgáltatás tekintetében;

- d) »médiaszolgáltató«: az a természetes vagy jogi személy, aki vagy amely szerkesztői felelősséggel rendelkezik az audiovizuális médiaszolgáltatás audiovizuális tartalmának megválasztásáért, és meghatározza annak összeállítását;
- e) »televíziós műsorszolgáltatás«: (azaz lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás): a médiaszolgáltató által nyújtott, műsorszámok műsorrend alapján történő egyidejű megtekintését lehetővé tévő audiovizuális médiaszolgáltatás;
- f) »műsorszolgáltató«: televíziós műsorszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató;

[...]

- h) »audiovizuális kereskedelmi közlemény«: olyan hangos vagy néma képek, amelyek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen képek fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából kísérik egy műsorszámot, vagy szerepelnek abban. Az audiovizuális kereskedelmi közlemény formái közé tartozik többek között a televíziós reklám, a támogatás, a televíziós vásárlás és a termék megjelenítés;
- i) »televíziós reklám«: bármilyen formájú közlemény, amelyet köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából egy szakma, üzlet, foglalkozás vagy hivatás tekintetében közvetít annak érdekében, hogy fizetés ellenében előmozdítsa áruk vagy szolgáltatások értékesítését, beleértve az ingatlanokat, a jogokat és a kötelezettségeket is;

[...]

- 5 A 2010/13 irányelv 23. cikke a következőképpen rendelkezik:

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

(2) Az (1) bekezdés nem alkalmazandó a műsorszolgáltató által saját műsorszámairól vagy a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó termékekről szóló hirdetésekre, a támogatói közleményekre vonatkozó hirdetésekre és a termék megjelenítésre.”

*A 2018/1808 irányelv*

- 6 A 2018/1808 irányelv (43) preambulumbekkezdése kimondja:

„A televíziós műsorszolgáltató által saját műsorszámaival és a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó kiegészítő termékeivel kapcsolatban tett közleményekre, vagy a közszolgálati közleményekre és – a felhívás közvetítésével járó költségeket leszámítva – díjmentesen közvetített jótékonyági felhívásokra biztosított adásidőt nem kell beszámítani abba a maximális adásidőbe, amely televíziós reklámra és televíziós vásárlásra fordítható. Ezen túlmenően számos műsorszolgáltató nagyobb műsorszolgáltató csoport tagjaként nemcsak a saját műsorszámaival és a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó kiegészítő termékekkel kapcsolatos hirdetményeket jelenít meg, hanem az ugyanazon műsorszolgáltató

csoporthoz tartozó más egységek műsorszámával és audiovizuális médiaszolgáltatásaival kapcsolatos hirdetményeket is. Az ilyen jellegű hirdetményeket sem kell beszámítani abba a maximális adásidőbe, amely televíziós reklámra és televíziós vásárlásra fordítható.”

- 7 Ezen irányelv 1. cikkének 21. pontja értelmében a 2010/13 irányelv 23. cikke helyébe a következő szöveg lép:

„(1) A televíziós reklámbejátszások és vásárlási bejátszások aránya a 6 és 18 óra közötti időszakban nem haladhatja meg ezen időszak 20%-át. A televíziós reklámbejátszások és vásárlási bejátszások aránya a 18 és 24 óra közötti időszakban nem haladhatja meg ezen időszak 20%-át.

(2) Az (1) bekezdés nem alkalmazandó az alábbiakra:

- a) a műsorszolgáltató által a saját műsorszámával és a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó, kapcsolódó termékekkel vagy műsorszolgáltató csoporthoz tartozó más egységektől származó műsorszámokkal, és audiovizuális médiaszolgáltatásokkal kapcsolatban tett közlemények;
- b) támogatói közlemények;
- c) termékmegjelenítések;
- d) azok a semleges képkockák, amelyek a szerkesztői tartalmat választják el a televíziós reklámbejátszásoktól vagy televíziós vásárlási bejátszásoktól, és az egyes bejátszásokat egymástól.”

### ***Az olasz jog***

- 8 A 2005. július 31-i decreto legislativo n. 177 – Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (az audiovizuális és rádiós médiaszolgáltatások egységes szövegéről szóló 177. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet, a GURI 2005. szeptember 7-i 208. számának 150. sz. rendes melléklete) alapügyre alkalmazandó változata (a továbbiakban: 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet) 38. cikkének (2)–(6) bekezdése a következőképpen rendelkezik:

„(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 egész órától egész óráig tartó időtartamon belül pedig a 18%-ot; az esetleges – egy órán belül 2%-nál nem hosszabb időtartamú – túllépést a megelőző vagy a következő órában kell kiegyenlíteni. [...]

[...]

(6) A (2)–(5) bekezdés nem alkalmazandó az akár analóg módon fogható csatornák műsorszolgáltatói által saját műsorszámával vagy a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó termékekkel kapcsolatban tett közleményekre, a támogatói közleményekre és a termékmegjelenítésre.”

## Az alapeljárás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

- 9 Az RTI az olasz jog szerinti társaság, amely a Canale 5, az Italia 1 és a Rete 4 televíziós csatornáin országos lefedettséggel nyújt audiovizuális médiaszolgáltatásokat. 80%-os részesedéssel rendelkezik az R101 rádióállomást működtető Monradio Srl-ben, a fennmaradó 20%-os részesedés pedig egy másik, az RTI-hez hasonlóan szintén a Mediaset csoporthoz tartozó társaság tulajdonában áll.
- 10 Az AGCOM három, 2017. december 19-i, 2018. január 8-án kézbesített – a Canale 5, az Italia 1, illetve a Rete 4 csatornára vonatkozó – határozattal a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 38. cikke (2) bekezdésének megsértése miatt szankciót szabott ki az RTI-re. Az AGCOM a televíziós reklámokra fordítható, e rendelkezésben foglaltak szerint korlátozott óránkénti adásidőbe beszámította a Canale 5, az Italia 1 és a Rete 4 televíziós csatornákon sugárzott, az R101 rádióállomásra vonatkozó promóciós közleményeket.
- 11 Az RTI a határozatokkal szemben három keresetet nyújtott be a Tribunale amministrativo regionale per il Laziohoz (Lazio tartomány közigazgatási bírósága, Olaszország). Arra hivatkozott, hogy az R101 rádióállomásra vonatkozó promóciós közlemények a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 38. cikkének (6) bekezdése értelmében az RTI „saját műsorszámaira” vonatkozó közleményeknek minősülnek, következésképpen nem számíthatók be a televíziós reklámokra fordítható, óránkénti adásidőbe.
- 12 A Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Lazio tartomány közigazgatási bírósága) 2019. április 16-i ítéleteivel e kereseteket elutasította, azzal az indokkal, hogy a rádiós műsorszolgáltató műsorszámait népszerűsítő közlemények nem minősülhetnek televíziós műsorszolgáltató „saját műsorszámaira” vonatkozó közleményeknek, akkor sem, ha – mint a jelen ügyben – a két érintett műsorszolgáltató ugyanahhoz a vállalkozáscsoporthoz tartozik.
- 13 Az RTI fellebbezést nyújtott be ezen ítéletek ellen a Consiglio di Statohoz (államtanács, Olaszország), amely a kérdést előterjesztő bíróság, arra hivatkozva, hogy mivel ugyanahhoz a vállalkozáscsoporthoz tartozik, mint az R101 rádióállomás, ezért függetlenül attól, hogy több jogi személyről van szó, figyelembe kell venni a médiacsoport gazdasági egységét a reklámidőre vonatkozó korlátozás kiszámítása, és következésképpen a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 38. cikke (6) bekezdésének alkalmazása során.
- 14 Az RTI hozzáteszi, hogy ezt az értelmezést támasztja alá a 2010/13 irányelv 23. cikke (2) bekezdése a) pontjának a 2018/1808 irányelv szerinti módosítása is. Ez a módosítás a több médium közötti önreklámozás széles körben elterjedt gyakorlatát ismeri el, ezért a korábbi hatályos jog értelmezéséhez is figyelembe kell venni, még akkor is, ha a 2018. december 18-án hatályba lépett 2018/1808 irányelv – annak időbeli hatályánál fogva – nem alkalmazható.
- 15 A kérdést előterjesztő bíróság rámutat, hogy az alapeljárás tárgya az, hogy jogszerűen népszerűsíti-e a televíziós műsorszolgáltató anyavállalat a leányvállalataként működő rádiós műsorszolgáltató műsorszámait, nem pedig az e csoporton belüli irányítás gyakorlása, és hangsúlyozza, hogy a jogvita alapjául szolgáló valamennyi tény a 2010/13 irányelvnek a 2018/1808 irányelv általi módosítását megelőzően valósult meg.
- 16 E bíróság úgy véli továbbá, hogy a nemzeti jog, és különösen az uniós jog RTI által képviselt értelmezése nem az egyedüli lehetséges értelmezés. Álláspontja szerint „nem tűnik nyilvánvalóan észszerűtlennek” az AGCOM és a Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Lazio

tartomány közigazgatási bírósága) által követett ellentétes értelmezés, annyiban, amennyiben az a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet szövegén alapul, amely a 2010/13 irányelv időbeli hatálya folytán alkalmazandó rendelkezések szövegét veszi át, és nem hagyja figyelmen kívül azt a versenykorlátozó hatást, amely az RTI által képviselt értelmezésből következhet azon rádiós műsorszolgáltatók tekintetében, amelyek nem televíziós műsorszolgáltatók vagy audiovizuális média részeként működnek.

17 E körülmények között a Consiglio di Stato (államtanács) úgy határozott, hogy az eljárást felfüggeszti, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjeszti a Bíróság elé:

- „1) A reklámidőre vonatkozó korlátozásra irányuló uniós jogi szabályozás alkalmazásában, tekintettel a csoport vagy gazdasági egység fogalmának az [uniós] jogban betöltött, számos versenyjogi forrásból (különösen a [2018/1808] irányelv (43) preambulumbekzdéséből és a [2010/13] irányelv újabb, az alapügy tényállására alkalmazandó változatának 23. cikkéből) levezethető általános jelentőségére, nem érintve a televíziós és rádiós műsorszolgáltatók engedélyei között az olasz nemzeti jogban, a [177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet] 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján fennálló különbségeket, összeegyeztethetőnek tekinthető-e az uniós joggal [az e felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet] 1. cikke (1) bekezdésének a) pontjából eredő nemzeti műsorszolgáltatási jog azon értelmezése, hogy a különböző hírközlési formák (elektronikus hírközlés, kiadói tevékenység, beleértve a digitális kiadványokat és az internet minden típusú alkalmazását) közötti konvergenciafolyamat a televíziós és rádiós médiaszolgáltatók között is érvényesül, különösen ha már összekapcsolt vállalatcsoportokba szerveződtek, és hogy [ez az eljárás] általában véve szükséges, ami [az említett] törvényerejű rendelet 38. cikke (6) bekezdésének értelmezésére vonatkozó következményeket vonja maga után, és így a műsorszolgáltató szervezet egyetlen gazdasági egységnek tekintett csoportnak minősülhet, vagy éppen ellenkezőleg, a fent hivatkozott uniós elvekre tekintettel a reklámidőre vonatkozó korlátozás túllépésére vonatkozó tilalomnak az általános versenyjoghoz képest fennálló autonómiája miatt nem lehet – 2018 előtt – jelentőséget tulajdonítani a csoportoknak, a fent említett konvergenciafolyamatnak és a média-összefonódásoknak, és így a reklámidőre vonatkozó korlátozás kiszámítása szempontjából csak az egyes műsorszolgáltatókat kell figyelembe venni még akkor is, ha azok egy csoport részét képezik (mivel ilyen relevanciára csak a [2010/13] irányelv 23. cikkének konszolidált változata utal, amely a [2018/1808] irányelvet követően jött létre)?
- 2) Az uniós jog fent említett, csoportokra és vállalkozásra mint egyetlen gazdasági egységre vonatkozó elveinek tükrében, a reklámidőre vonatkozó korlátok túllépésének tilalma és az említett 23. cikk fent hivatkozott egymást követő megfogalmazásainak alkalmazásában, nem érintve az engedélyek közötti, említett különbséget, a [177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet] 43. cikkében foglalt, az [integrált hírközlési rendszerre] vonatkozó versenyellenes szabályozásból levezethető-e a „médiaszolgáltatói” csoport (vagy a felperes szóhasználatában „kiadói csoport”) fogalmának relevanciája ahhoz, hogy ki lehessen zárni a [177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet] 38. cikkének (6) bekezdése értelmében a reklámidőre vonatkozó korlátozásból az ugyanazon csoportba tartozó médiaszolgáltatók közötti keresztreklámokat, vagy éppen ellenkezőleg, a televíziós versenyjognak a reklámidőre vonatkozó korlátozások rendszeréhez képesti önállósága miatt a referenciaévben 2018 előtt ki kell zárni az ilyen relevanciát?

- 3) A [2010/13] irányelv 23. cikke (2) bekezdése a) pontjának új megfogalmazása a versenyjogban már korábban is létező, a csoportok általános jelentőségére vonatkozó elvet ismeri el, vagy pedig újításról van szó? Az első esetben tehát az uniós jognak már szerves részét képező, tényleges jogi helyzetről van szó – amely a jelen ügyben az új megfogalmazást megelőző esetre is kiterjed, és amely meghatározza a [nemzeti szabályozó hatóság] értelmezését azáltal, hogy mindenképpen el kell ismernie a »médiaszolgáltató« csoport fogalmát –, vagy a második esetben ez az újítás a bevezetése előtt felmerült ügyekben kizárja a vállalatcsoportok relevanciájának elismerését, mivel az újítást hordozó tartalma időbeli hatálya folytán nem alkalmazható a korábbi ügyekre?
- 4) Mindenesetre a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 5. cikkében előírt engedélyezési rendszeren és a 23. cikk 2018-ban bevezetett új megfogalmazásán túlmenően, tehát abban az esetben, ha ez az új rendelkezés nem a már létező helyzet elismerését jelenti, hanem a [harmadik kérdés] tárgyát képező újítást, a gazdasági egység és a csoport fogalmának általános és átfogó jellegére tekintettel a televízió és a rádió közötti, a versenyjogban rendszerint figyelembe vett integrációs kapcsolatok jelentik-e a központi elemet a reklámidő korlátozásának értelmezésében, amelyet hallgatólagosan a vállalkozáscsoportra (pontosabban a csoporthoz tartozó vállalkozások közötti ellenőrzési kapcsolatokra) és e vállalkozások funkcionális egységére tekintettel szabályoznak, és így az ugyanazon csoporthoz tartozó televízió és rádió közötti műsorok reklámozása [...], ha az említett integrációs kapcsolatok a reklámidő korlátozása szempontjából irrelevánsak, és így a 23. cikkben (eredeti szöveg) említett »saját« műsorokat olyannak kell tekinteni, mint amelyek csak az azokat reklámozó műsorszolgáltató szervezetéhez és nem a vállalatcsoport egészéhez tartoznak, mivel [e 23. cikk] olyan rendelkezésnek minősül, amely nem engedi meg az olyan automatikus értelmezést, amely a szabályozást kiterjesztené az egyetlen gazdasági egységként értelmezett csoportokra is?
- 5) Végül a 23. cikk eredeti változatát, ha nem is versenyjogi rendelkezésként, de mindenképpen az olyan reklámozás sajátosságát leíró, ösztönző jellegű rendelkezésként kell értelmezni, amely kizárólag tájékoztató jellegű, és nem arra irányul, hogy a reklámozott műsorokon kívül bárkit is meggyőzzön áruk és szolgáltatások megvásárlásáról, és ezért ki van zárva a reklámidőre vonatkozó rendelkezések hatálya alól, és az ugyanazon csoporthoz tartozó vállalkozások körében a média-összefonódásból eredő keresztreklámozás minden esetére alkalmazandó, vagy pedig a reklámidőre vonatkozó korlátok kiszámításával összefüggésben eltérést engedő és kivételes rendelkezésként, és ezért szigorúan kell értelmezni?”

### **Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekről**

- 18 Kérdéseivel, amelyeket célszerű együttesen vizsgálni, az előterjesztő bíróság lényegében arra vár választ, hogy a 2010/13 irányelv 23. cikkének (2) bekezdését úgy kell-e értelmezni, hogy „a [televíziós] műsorszolgáltató [...] saját műsorszámairól [...] szóló hirdetések” fogalmába beletartoznak azok a promóciós közlemények, amelyeket az ilyen műsorszolgáltató egy ugyanazon vállalkozáscsoporthoz tartozó rádióállomás érdekében közvetít.
- 19 A 2010/13 irányelv 23. cikkének (1) bekezdése szerint a televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások aránya egész órától egész óráig tartó időtartamon belül nem haladhatja meg a 20%-ot. E 23. cikk (2) bekezdése értelmében ezen (1) bekezdés nem alkalmazandó többek között



„a [televíziós] műsorszolgáltató [...] saját műsorszámairól [...] szóló hirdetésekre”. E közleményekre tehát nem vonatkozik az említett 23. cikk (1) bekezdésében megállapított korlátozás.

- 20 Annak megállapítása érdekében, hogy egy rádióállomásra vonatkozó, az e rádióállomásban többségi részesedéssel rendelkező televíziós műsorszolgáltató által közvetített promóciós közlemények a 2010/13 irányelv 23. cikke (2) bekezdésének hatálya alá tartoznak-e, első lépésként azt kell megvizsgálni, hogy különbséget kell-e tenni egyrészt a termék vagy szolgáltatás megvásárlására ösztönző reklámok, másrészt az olyan semleges közlemények között, amelyek egyedüli célja a műsorszámokról való tájékoztatás, és amelyek ezért nem tartoznak a „televíziós reklám” e cikk szerinti fogalma alá, következésképpen ki vannak zárva ezen irányelv televíziós reklámra és a televíziós vásárlásra vonatkozó rendelkezéseinek tárgyi hatálya alól.
- 21 Az érintett óránkénti adásidő aránya kapcsán bevezetett, a 2010/13 irányelv 23. cikkének (1) bekezdésében szereplő „televíziós reklámbejátszások” fogalom meghatározása – amint azt ezen irányelv (87) preambulumbekkezdése kimondja – az említett irányelv 1. cikke (1) bekezdésének i) pontja szerinti „televíziós reklám” fogalmán alapul. Ez utóbbi rendelkezés értelmében televíziós reklám bármilyen formájú közlemény, amelyet köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából egy szakma, üzlet, foglalkozás vagy hivatás tekintetében közvetít annak érdekében, hogy fizetés ellenében előmozdítsa áruk vagy szolgáltatások értékesítését.
- 22 Ezzel összefüggésben a 2010/13 irányelv (96) preambulumbekkezdése rögzíti, hogy az önreklámozási tevékenységek a reklám egy sajátos formáját alkotják, melynek során a műsorszolgáltató többek között saját műsorait és csatornáit hirdeti. Ebből következően az önreklámozásra ezen irányelv televíziós reklámra és televíziós vásárlásra vonatkozó rendelkezései az irányadók.
- 23 Márpedig ugyanezen irányelv 1. cikke (1) bekezdésének h) pontja alapján a televíziós reklám az „audiovizuális kereskedelmi közlemény” egyik formája, amely alatt „olyan hangos vagy néma képek” értendők, „amelyek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése”, és amelyek „fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében, vagy önreklámozás céljából kísérik egy műsorszámot, vagy szerepelnek abban”.
- 24 E rendelkezések együttes értelmezéséből az következik, hogy míg a 2010/13 irányelv a televíziós reklám fogalom meghatározásában figyelembe veszi a szóban forgó kép vagy televíziós közlemény reklámozási célját, az adott kép vagy közlemény tájékoztató jellege esetében nem ez a helyzet.
- 25 Következésképpen azok a televíziós közlemények, amelyek egy műsorszolgáltató műsorszámaira vagy adásaira vonatkoznak, ideértve a semleges és tisztán tájékoztató jellegű közleményeket is, a 2010/13 irányelv 1. cikke (1) bekezdésének i) pontja szerinti „televíziós reklámnak” minősülnek, amennyiben azt célozzák, hogy a televízió nézők az érintett műsorokat megtekintsék, azaz céljuk ellenszolgáltatás fejében nyújtott szolgáltatások előmozdítása.
- 26 Ennélfogva e közleményekre alkalmazni kell a televíziós reklámok óránkénti adásidőjére vonatkozó, ezen irányelv 23. cikkének (1) bekezdésében meghatározott korlátozásokat, kivéve ha azok e cikk (2) bekezdése értelmében „[televíziós] műsorszolgáltató [...] saját műsorszámairól [...] szóló hirdetéseknél” minősülhetnek.

- 27 Második lépésként e minősítéshez meg kell vizsgálni, hogy egy rádióállomás azon műsorszámait, amelyek a televíziós műsorszolgáltató által közvetített közlemények tárgyát képezik, a 2010/13 irányelv 23. cikkének (2) bekezdése szerinti „műsorszámoknak” minősülnek-e.
- 28 Ezen irányelv 1. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében a „műsorszám” fogalma „hangos vagy néma mozgóképek sorozatát” jelenti, „amely egy médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot, és amelynek formája és tartalma a televíziós műsorszolgáltatáshoz hasonlítható”.
- 29 Ami a „televíziós műsorszolgáltatás” fogalmát illeti, azt az említett irányelv 1. cikke (1) bekezdésének e) pontja úgy határozza meg mint „a médiaszolgáltató által nyújtott, műsorszámok műsorrend alapján történő egyidejű megtekintését lehetővé tévő audiovizuális médiaszolgáltatás”, míg az „audiovizuális médiaszolgáltatás” fogalma ezen 1. cikk (1) bekezdése a) pontjának i. alpontja értelmében „olyan szolgáltatást” jelent, amelynek „elsődleges célja műsorszámok [...] eljuttatása”.
- 30 Az e fogalommeghatározásokban szereplő „hangos vagy néma mozgóképek”, „televíziós” és „megtekintés” kifejezésekből – különösen a 2010/13 irányelv (23) preambulumbekkezdésével összefüggésben értelmezve – az következik, hogy ezen irányelv kizárja a tárgyi hatálya alól a rádiós műsorszolgáltatásokat, amelyek általában hangtartalmú adásokból vagy műsorszámokból állnak, tehát nem tartalmazzak képeket, ideértve azt is, ha ezen adásokat vagy műsorszámokat elválaszthatatlan kiegészítő audiovizuális elemek kísérik (lásd analógia útján: 2015. október 21-i New Media Online ítélet, C-347/14, EU:C:2015:709, 34. és 37. pont).
- 31 Az RTI álláspontja szerinti értelmezés, amely alapján a rádióállomás adásaival és műsorszámaital kapcsolatos televíziós közleményekre főszabály szerint vonatkozik a 2010/13 irányelv 23. cikkének (2) bekezdése, ezen irányelv hatályának olyan kiterjesztését jelentené, amelyet az irányelv rendelkezéseinek szövege nem tesz lehetővé, amint arra indítványának 52. pontjában a főtanácsnok is rámutat. Egy ilyen értelmezés továbbá a verseny torzulásához vezethetne a rádiós médiaszolgáltatások piacán, azon szereplők kárára, akik nem részei valamely műsorszolgáltató csoportnak.
- 32 Abban az esetben, ha a közvetített közlemények a 2010/13 irányelv 23. cikke (2) bekezdése szerinti műsorszámnak minősülnek, harmadik lépésként azt kell vizsgálni, hogy ha az e közleményeket közvetítő televíziós műsorszolgáltató ugyanahhoz a vállalkozáscsoporthoz tartozik, mint a rádiós műsorszolgáltató, és vele gazdasági egységet képező vállalkozást alkot, akkor ezek a közlemények a 2010/13 irányelv 23. cikkének (2) bekezdése értelmében „[televíziós] műsorszolgáltató [...] saját műsorszámairól [...] szóló hirdetéseknek” minősülhetnek-e, amint azt az RTI állítja.
- 33 A 2010/13 irányelv 1. cikke (1) bekezdésének f) pontja értelmében a „műsorszolgáltató” „televíziós műsorszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató”. A „médiaszolgáltató” fogalmát ezen irányelv 1. cikke (1) bekezdésének d) pontja úgy határozza meg mint „az a természetes vagy jogi személy, aki vagy amely szerkesztői felelősséggel rendelkezik az audiovizuális médiaszolgáltatás audiovizuális tartalmának megválasztásáért, és meghatározza annak összeállítását”.
- 34 Ezenkívül az említett irányelv 1. cikke (1) bekezdése a) pontjának i. alpontja értelmében az „audiovizuális médiaszolgáltatás” „olyan szolgáltatás, amelyért egy médiaszolgáltató szerkesztői felelősséggel rendelkezik”. Ugyanezen irányelv (25) preambulumbekkezdése rögzíti, hogy a médiaszolgáltató és így az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalmának meghatározása szempontjából alapvető fontosságú a szerkesztői felelősség fogalma.

- 35 Amint azt a főtanácsnok az indítványa 66. és 67. pontjában hangsúlyozta, e rendelkezésekből az következik, hogy a 2010/13 irányelv 23. cikkének (2) bekezdésében szereplő „saját műsorszámok” kifejezés értelmezéséhez nem azt kell vizsgálni, mint a versenyjogban vagy a közbeszerzési jogban, azaz nem a vállalkozások közötti, a gazdasági egységen belüli cselekmények és kapacitások kölcsönös betudására irányuló mechanizmusokat igazoló jogi és szervezeti kapcsolatokat kell figyelembe venni, hanem inkább az érintett műsorszámokért való szerkesztői felelősséget.
- 36 Ezt a megközelítést támasztja alá e 23. cikk célja, amely arra irányul, hogy a televízió nézőket mint fogyasztókat védje a túlzott reklámközvetítésekkel szemben. A 2010/13 irányelvben foglalt, a reklámok adásidejére vonatkozó szabályok célja ugyanis egyrészt a televíziós műsorszolgáltatók és a hirdetők pénzügyi érdekeinek, másrészt a televízió nézők érdekeinek az összeegyeztetése (lásd ebben az értelemben: 2013. július 18-i Sky Italia ítélet, C-234/12, EU:C:2013:496, 17. és 18. pont).
- 37 Ebből következik, hogy az egész órától egész óráig tartó időtartamon belül reklámra fordítható maximális adásidőre vonatkozó, ezen irányelvben megállapított szabályok egy sajátos jogi szabályozási keret részét képezik, és e szabályok logikája és céljai eltérnek a versenyjogban vagy a közbeszerzési jogban alkalmazandó szabályokétól.
- 38 Márpedig azok a kritériumok, amelyek alapján meg lehet határozni azokat a természetes vagy jogi személyeket, akik egy műsorszám tekintetében a szerkesztői felelősséget viselik, a 2010/13 irányelv 1. cikke (1) bekezdésének c) pontjából következnek. A „szerkesztői felelősség” fogalma e rendelkezés meghatározása szerint nem más, mint „a műsorszámok kiválasztása és összeállítása – televíziós műsorszolgáltatás esetében a műsorszámok időbeli összeállítása, lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások esetében pedig a műsorkínálat összeállítása – során megvalósuló tényleges ellenőrzés”. Különösen azt kell megvizsgálni, hogy az érintett személy jogosult-e arra, hogy végső soron döntsön magáról az audiovizuális kínálatról, ami feltételezi, hogy elegendő anyagi és emberi erőforrás áll rendelkezésére ahhoz, hogy vállalni tudja ezt a felelősséget (lásd ebben az értelemben: 2019. július 4-i Baltic Media Alliance ítélet, C-622/17, EU:C:2019:566, 40. és 43. pont).
- 39 Következésképpen ahhoz, hogy az érintett televíziós műsorszolgáltatóval azonos vállalkozáscsoporthoz tartozó rádióállomás műsorszámait a 2010/13 irányelv 23. cikkének (2) bekezdése értelmében e műsorszolgáltató „saját” műsorszámainak minősülhessenek, a szóban forgó műsorszámok tekintetében az említett műsorszolgáltatónak kell viselnie az ezen irányelv 1. cikke (1) bekezdésének c) pontja szerinti szerkesztői felelősséget. Ezt a felelősséget tehát önmagukban nem alapozhatják meg az ugyanazon vállalkozáscsoporton belül egy televíziós műsorszolgáltató és egy rádiós műsorszolgáltató között fennálló gazdasági, szervezeti és jogi kapcsolatok.
- 40 A fenti indokok összességére tekintettel az előterjesztett kérdésekre azt a választ kell adni, hogy a 2010/13 irányelv 23. cikkének (2) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy a „[televíziós] műsorszolgáltató [...] saját műsorszámairól [...] szóló hirdetések” fogalmába nem tartoznak bele azok a promóciós közlemények, amelyeket egy televíziós műsorszolgáltató egy ugyanazon vállalkozáscsoportba tartozó rádióállomás érdekében közvetít, kivéve ha egyrészt az e promóciós közlemények tárgyát képező műsorszámok ezen irányelv 1. cikke (1) bekezdésének a) pontja értelmében „audiovizuális médiaszolgáltatásoknak” minősülnek, ami azt jelenti, hogy e rádióállomás fő tevékenységétől elválaszthatók, és másrészt e műsorszámok tekintetében az említett televíziós műsorszolgáltató viseli az említett irányelv 1. cikke (1) bekezdésének c) pontja szerinti „szerkesztői felelősséget”.

## A költségekről

- 41 Mivel ez az eljárás az alapeljárásban részt vevő felek számára a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárás egy szakaszát képezi, ez a bíróság dönt a költségekről. Az észrevételeknek a Bíróság elé terjesztésével kapcsolatban felmerült költségek, az említett felek költségeinek kivételével, nem téríthetők meg.

A fenti indokok alapján a Bíróság (harmadik tanács) a következőképpen határozott:

**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) 23. cikkének (2) bekezdését**

a következőképpen kell értelmezni:

a „[televíziós] műsorszolgáltató [...] saját műsorszámairól [...] szóló hirdetések” fogalmába nem tartoznak bele azok a promóciós közlemények, amelyeket egy televíziós műsorszolgáltató egy ugyanazon vállalkozáscsoportba tartozó rádióállomás érdekében közvetít, kivéve ha egyrészt az e promóciós közlemények tárgyát képező műsorszámok ezen irányelv 1. cikke (1) bekezdésének a) pontja értelmében „audiovizuális médiaszolgáltatásoknak” minősülnek, ami azt jelenti, hogy e rádióállomás fő tevékenységétől elválaszthatók, és másrészt e műsorszámok tekintetében az említett televíziós műsorszolgáltató viseli az említett irányelv 1. cikke (1) bekezdésének c) pontja szerinti „szerkesztői felelősséget”.

Aláírások