



## Teismo praktikos rinkinys

GENERALINĖS ADVOKATĖS  
JULIANE KOKOTT IŠVADA,  
pateikta 2013 m. gegužės 16 d.<sup>1</sup>

**Byla C-234/12**

**Sky Italia s.r.l.**

(Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (Italija) pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą)

„Direktyva 2010/13/ES — Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos — Televizijos reklamai skirto laiko apribojimas — Nacionalinės teisės nuostatos, kuriomis mokamos televizijos kanalams nustatytos griežtesnės taisyklės nei nemokamos televizijos kanalams — Bendrasis Sąjungos teisėje įtvirtintas vienodo požiūrio principas — Pagrindinės Europos vidaus rinkos laisvės — Žiniasklaidos laisvė ir pliuralizmas“

### I – Įžanga

1. Daugelyje Europos televizijos kanalų daugiau ar mažiau reguliariais intervalais mirga reklaminiai intarpai. Televizijos reklama, kuri žiūrovus dažniausia tik nervina, seniai yra tapusi svarbiu ekonominiu veiksniu ir televizijos transliuotojų pajamų šaltiniu. Todėl nenuostabu, kad kartkartėmis dėl jos kyla teisminių ginčų.
2. Siekiant tinkamai ginti žiūrovų interesus ir užtikrinti kuo vienodesnes konkurencijos sąlygas visiems Europoje įsteigtiems televizijos transliuotojams, Sąjungos teisėje numatyta, kad televizijos reklama negali užimti daugiau nei 20 % laiko per valandą. Tai yra nustatyta Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvoje (Direktyva 2010/13/ES<sup>2</sup>), kuri pakeitė ankstesnę „Televizija be sienų“ direktyvą (Direktyva 89/552/EEB)<sup>3</sup>.
3. Nacionalinėje teisėje, neperžengiant Sąjungos teisės nustatytų ribų, galima televizijos reklamą reglamentuoti griežčiau. Šia galimybe pasinaudojo Italija, mokamos ir nemokamos televizijos transliuotojams numachiusi skirtingus televizijos reklamai skirto laiko apribojimus. Pavyzdžiui, 2011 m. Italijoje mokamoje televizijoje buvo leidžiama transliuoti daugiausia 14 % reklamos per valandą, o nemokamoje privačioje televizijoje – 18 %.

1 — Originalo kalba: vokiečių.

2 — 2010 m. kovo 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2010/13/ES dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų tam tikrų nuostatų, susijusių su audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikimu, derinimo (Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva, OL L 95, p. 1).

3 — 1989 m. spalio 3 d. Tarybos direktyva 89/552/EEB dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų nuostatų, susijusių su televizijos programų transliavimu, derinimo (OL L 298, p. 23; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 6 sk., 1 t., p. 224). Nuo 2010 m. gegužės 5 d. šią direktyvą pakeitė Direktyva 2010/13.

4. Po to, kai vieną vakarą vienas *Sky Italia* mokamos televizijos kanalas transliavo daugiau televizijos reklamos, nei leidžiama pagal nacionalinę teisę, kompetentinga priežiūros institucija šiai įmonei skyrė baudą. Šį sprendimą *Sky Italia* apskundė teismui; ji, be kita ko, tvirtino, kad šios Italijos teisės nuostatos nesuderinamos su Sąjungos teise. Pagrindinėje byloje dalyvauja ir *Mediaset* koncernui priklausanti įmonė *Reti Televisive Italiane* (RTI) – didžiausias privatus nemokamos televizijos Italijoje transliuotojas.

5. Pagrindinės bylos dalyviai pirmiausia nesutaria dėl to, ar skirtingi televizijos reklamai skirto laiko apribojimai suderinami su bendruoju Sąjungos teisėje įtvirtintu vienodo požiūrio principu ir ar jie daro poveikį žiniasklaidos laisvei ir pliuralizmui.

## II – Teisinis pagrindas

### A – Sąjungos teisė

6. Iš antrinės teisės šioje byloje reikia remtis Direktyva 2010/13, kurios VII skyriuje „Televizijos reklama ir teleparduotuvė“ yra 23 straipsnio 1 dalis:

„Televizijos reklamos ir teleparduotuvės intarpams skirtas laikas per vieną astronominę valandą neviršija 20 %.“

7. Be to, svarbi yra ir į Direktyvos 2010/13 II skyrių „Bendrosios nuostatos“ įeinančio 4 straipsnio 1 dalis:

„Valstybės narės turi teisę reikalauti, kad jų jurisdikcijai priklausantys žiniasklaidos paslaugų teikėjai šia direktyva koordinuojamose srityse laikytųsi išsamesnių ar griežtesnių taisyklių su sąlyga, kad tokios taisyklės atitinka Sąjungos teisę.“

8. Papildomai reikėtų atkreipti dėmesį į Direktyvos 2010/13 preambulės 8, 10, 41, 83 ir 87 konstatuojamąsias dalis:

„<...>

(8) Valstybėms narėms yra labai svarbu užkirsti kelią bet kokiems veiksams, galintiems pakenkti laisvam televizijos programų judėjimui ir prekybai jomis arba galintiems paskatinti susikurti dominuojančią padėtį, dėl kurios atsirastų pliuralizmo, televizijos priemonėmis perduodamos informacijos laisvės ir apskritai viso informacijos sektoriaus apribojimų.

<...>

(10) <...> Atsižvelgiant į lygiaverčių sąlygų ir veiksmingos Europos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų rinkos svarbą, turėtų būti laikomasi pagrindinių vidaus rinkos principų, pvz., laisvos konkurencijos ir vienodų sąlygų sudarymo, kad būtų užtikrintas audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų rinkų skaidrumas ir nuspėjamumas bei kad nebūtų sudaryta didelių kliūčių į jas patekti.

<...>

(41) Valstybėms narėms turėtų būti suteikta teisė jų jurisdikcijai priklausantiems žiniasklaidos paslaugų teikėjams taikyti išsamesnes ar griežtesnes taisykles šia direktyva koordinuojamose srityse, užtikrinant, kad tos taisyklės atitiktų bendruosius Sąjungos teisės principus. <...>

<...>

- (83) Siekiant užtikrinti visišką ir tinkamą vartotojų – televizijos žiūrovų interesų apsaugą labai svarbu, kad reklamą televizijoje reglamentuotų tam tikros minimalios taisyklės bei standartai ir kad valstybės narės turėtų teisę nustatyti išsamesnes ar griežtesnes taisykles, o kai kuriais atvejais – jų jurisdikcijai priklausantiems televizijos transliuotojams nustatyti skirtingas sąlygas.

<...>

- (87) Turėtų būti nustatytas 20 % televizijos reklamos intarpams ir teleparduotuvių intarpams per valandą skirto laiko apribojimas, taikomas ir geriausiajam transliavimo laikui. <...>

<...>.“

### B – Nacionalinė teisė

9. Iš Italijos teisės aktualus 2005 m. liepos 31 d. Italijos Respublikos Prezidento *Decreto legislativo Nr. 177*<sup>4</sup> (toliau – Įstatyminis dekretas Nr. 177/2005) – Bendrasis tekstas, reglamentuojantis audiovizualinės žiniasklaidos ir radijo paslaugas<sup>5</sup>; jo 38 straipsnyje („Transliavimo laiko apribojimai“), kurio nauja redakcija įsigaliojo nuo 2010 m. kovo 30 d.<sup>6</sup>, be kita ko, numatyta:

„1. Bendrų viešųjų televizijos paslaugų koncesininkui skirtas reklaminių intarpų laikas negali viršyti 4 % savaitės programų transliavimo laiko ir 12 % per valandą. Šio apribojimo galimas viršijimas, kuris negali būti didesnis nei 2 % per valandą, turi būti kompensuotas per ankstesnę ar vėlesnę valandą.

2. Nacionalinėje teritorijoje nemokamos televizijos, įskaitant analoginę, transliuotojui, kitam nei bendrų viešųjų televizijos paslaugų koncesininkas, skirtas reklaminių intarpų laikas negali viršyti 15 % dienos programų transliavimo laiko ir 18 % per atskirą astronominę valandą. Šio apribojimo galimas viršijimas, kuris negali būti didesnis nei 2 % per valandą, turi būti kompensuotas per ankstesnę ar vėlesnę valandą. <...>

<...>

5. Mokamos televizijos, įskaitant analoginę, transliuotojui skirtas reklaminių intarpų laikas 2010 m. negali viršyti 16 %, 2011 m. – 14 %, o nuo 2012 m. – 12 % per atskirą astronominę valandą. Šio apribojimo galimas viršijimas, kuris negali būti didesnis nei 2 % per valandą, turi būti kompensuotas per ankstesnę ar vėlesnę valandą.

<...>.“

### III – Faktinės aplinkybės ir pagrindinė byla

10. 2011 m. rugsėjo 13 d. Sprendimu Nr. 233/11/CSP Italijos *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* (AGCOM)<sup>7</sup> transliuotojui *Sky Italia s.r.l.* dėl televizijos reklamai skirto laiko apribojimų pažeidimo skyrė 10 329 eurų dydžio baudą<sup>8</sup>.

4 – Įstatyminis dekretas.

5 – GURI, Nr. 208, 2005 m. rugsėjo 7 d., oficialusis priedas Nr. 150.

6 – Nauja redakcija buvo priimta 2010 m. kovo 15 d. Įstatyminio dekretu Nr. 44 (*Decreto legislativo Nr. 44*, GURI, Nr. 73, 2010 m. kovo 29 d.; dar vadinamas *Romani* dekretu) 12 straipsniu.

7 – Ryšių reguliavimo tarnyba.

8 – Toliau ir – ginčijamas sprendimas.

11. AGCOM nustatė, kad *Sky Italia* 2011 m. kovo 5 d. tarp 21 val. ir 22 val. mokamos televizijos kanale *Sky Sport 1* iš viso transliavo 24 televizijos reklamos interpus, kurių bendra trukmė siekė 10 minučių ir 4 sekundes, t. y. daugiau nei 16 % transliavimo laiko per valandą. Taip minėtoje laiko atkarpoje daugiau nei dviem procentais buvo viršytas didžiausias leidžiamas televizijos reklamai skirtas laikas, kuris pagal Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnio 5 dalį tuo metu siekė 14 % per valandą.

12. *Sky Italia* dėl ginčijamo sprendimo pateikė ieškinį *Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio*<sup>9</sup>. Iš esmės *Sky Italia* tvirtina, kad minėtasis sprendimas neteisėtas, nes yra grindžiamas Sąjungos teisei prieštaraujančiu teisiniu pagrindu – Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnio 5 dalimi<sup>10</sup>.

#### IV – Prašymas priimti prejudicinį sprendimą ir procesas Teisingumo Teisme

13. *Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio*<sup>11</sup> abejoja, ar situacija nacionalinėje teisėje suderinama su Sąjungos teise. Todėl 2012 m. kovo 7 d. nutartimi nusprendė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui šiuos prejudicinius klausimus:

- „1. Ar Direktyvos 2010/13/ES 4 straipsnis, bendrasis lygybės principas ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo nuostatos dėl laisvo paslaugų judėjimo, įsisteigimo laisvės ir laisvo kapitalo judėjimo turi būti aiškinami taip, kad jais draudžiamos Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnio 5 dalies nuostatos, kuriomis mokamos televizijos transliuotojams nustatyti didesni reklaminių interpus laiko apribojimai per valandą, nei nustatyti nemokamos televizijos transliuotojams?
2. Ar Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 11 straipsniu, aiškinamu atsižvelgiant į Europos žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos 10 straipsnį ir Europos Žmogaus Teisių Teismo praktiką, ypač vadovaujantis informavimo pliuralizmo principu, draudžiamos Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnio 5 dalies nuostatos, kuriomis mokamos televizijos transliuotojams nustatyti didesni reklaminių interpus laiko apribojimai per valandą, nei nustatyti nemokamos televizijos transliuotojams, ir taip iškraipoma konkurencija bei sudaromos palankios sąlygos televizijos reklamos rinkoje sukurti arba sustiprinti dominuojančią padėtį?“

14. Nagrinėjant bylą Teisingumo Teisme, raštu ir žodžiu savo poziciją pareiškė *Sky Italia*, RTI, Italijos vyriausybė ir Europos Komisija. Teismo posėdis buvo surengtas 2013 m. balandžio 10 d.

#### V – Vertinimas

15. Abiem prejudiciniais klausimais *Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio* siekia išsiaiškinti, ar pagal Sąjungos teisę valstybėms narėms neleidžiama nacionalinėje teisėje numatyti skirtingų televizijos reklamai skirto laiko apribojimų, atsižvelgiant į tai, ar šią reklamą transliuoja mokama televizija, ar privati nemokama televizija<sup>12</sup>. Pirmajame klausime problema keliami vienodo požiūrio į televizijos transliuotojus aspektu, remiantis pagrindinėmis Europos vidaus rinkos laisvėmis, o antrasis skirtas žiniasklaidos laisvės ir pliuralizmo aspektui.

9 — Lacijaus regioninis administracinis teismas.

10 — *Sky Italia* taip pat tvirtina, kad buvo pažeista ir nacionalinė teisė, tačiau atsakant į šį prašymą priimti prejudicinį sprendimą tai neturi reikšmės.

11 — Toliau ir – prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas.

12 — Toliau, kad būtų paprasčiau, kalbėsiu tik apie „skirtingus televizijos reklamai skirto laiko apribojimus“.

16. Ieškodama atsakymo į šiuos klausimus, nagrinėsiu tik mokamos televizijos ir privačios nemokamos televizijos transliuotojų santykį. O ypatinga viešųjų transliuotojų padėtis, atsakant į šį prašymą priimti prejudicinį sprendimą, reikšmės neturi.

#### A – Pirmasis prejudicinis klausimas

17. Pateikdamas pirmąjį klausimą prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės siekia sužinoti, ar skirtingi televizijos reklamai skirto laiko apribojimai, numatyti Italijos teisės aktuose, suderinami su Direktyvos 2010/13 4 straipsniu, vienodo požiūrio principu ir įvairiomis pagrindinėmis Europos vidaus rinkos laisvėmis.

#### 1. Priimtinumumas

18. RTI reiškia dvejojo pobūdžio abejones dėl pirmojo prejudicinio klausimo priimtinumumo.

19. Pirma, RTI mano, kad *a priori* nekyla jokių problemų dėl to, ar Italijos teisės nuostata, dėl kurios vyksta ginčas, suderinama su Direktyvos 2010/13 4 straipsniu ir su bendruoju Sąjungos teisėje įtvirtintu vienodo požiūrio principu, nes Italija, priimdama Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnį, esą tik pasinaudojo jai suteiktomis galimybėmis nacionalinėje teisėje numatyti griežtesnes televizijos reklamos transliavimo taisykles. RTI kalba apie „diskrecijos ribas“, kurios galioja Italijos valstybei.

20. Šis argumentas nepagrįstas. Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalyje apibrėžiamos nacionalinės teisės aktų leidėjui pagal Sąjungos teisę suteikiamos galimybės priimti griežtesnes nacionalines taisykles. Jei nacionaliniam teismui, kaip antai šiuo atveju, tenka nagrinėti klausimą, ar taikant nacionalinę teisę neperžengiamos Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalyje nustatytos ribos, ar vis dėlto jos peržengiamos, Teisingumo Teismui leidžiama pateikti prejudicinį klausimą su prašymu išaiškinti šią direktyvos nuostatą.

21. Taip pat Teisingumo Teismui galima užduoti ir su vienodo požiūrio principu susijusį klausimą.

22. Viena vertus, tai rodo Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalies tekstas: joje aiškiai nustatyta, kad valstybės narės gali priimti griežtesnes nacionalines taisykles, „su sąlyga, kad tokios taisyklės atitinka Sąjungos teisę“. Sąjungos teisės reikalavimams, kuriuos pagal Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalį turi atitikti nacionalinės taisyklės, priklauso ne tik pagrindinės Europos vidaus rinkos laisvės<sup>13</sup>, bet ir bendrieji Sąjungos teisės principai<sup>14</sup>, tarp jų ir vienodo požiūrio principas<sup>15</sup>.

23. Kita vertus, televizijos reklamai skirto laiko apribojimų nustatymas taip pat yra Sąjungos teisės įgyvendinimas, kaip tai suprantama pagal Pagrindinių teisių chartijos 51 straipsnio 1 dalį. Juk Direktyvoje 2010/13 iš valstybių narių reikalaujama nustatyti minėtuosius transliavimo laiko apribojimus laikantis Sąjungos teisėje numatytų ribų – ne daugiau nei 20 % laiko per vieną astronominę valandą. Jei nacionalinės teisės aktų leidėjas imasi priemonių šiai pareigai įgyvendinti, pavyzdžiui, tai buvo padaryta Italijos teisėje numatant, kad reklama mokamoje televizijoje gali užimti daugiausia 14 % laiko per valandą (2011 m.), jis privalo laikytis pagrindinių Sąjungos teisių, tarp jų ir bendrojo Sąjungos teisėje įtvirtinto vienodo požiūrio principo.

13 — Žr. Direktyvos 2010/13 10 konstatuojamąją dalį: „<...> turėtų būti laikomasi pagrindinių vidaus rinkos principų, pvz., laisvos konkurencijos ir vienodų sąlygų sudarymo <...>“; taip pat žr. (būtent dėl pagrindinių laisvių) 1999 m. spalio 28 d. Sprendimą *ARD* (C-6/98, Rink. p. I-7599, 49 punktas) ir 2008 m. liepos 17 d. Sprendimą *Corporación Dermoeástica* (C-500/06, Rink. p. I-5785, 31 punktas).

14 — Direktyvos 2010/13 41 konstatuojamoji dalis.

15 — Žr. 2002 m. gruodžio 12 d. Sprendimą *Rodríguez Caballero* (C-442/00, Rink. p. I-11915, 31 ir 32 punktai), 2006 m. liepos 11 d. Sprendimą *Chacón Navas* (C-13/05, Rink. p. I-6467, 56 punktas) ir 2006 m. rugsėjo 7 d. Sprendimą *Cordero Alonso* (C-81/05, Rink. p. I-7569, 35 ir 41 punktai).

24. Antra, RTI kritikuoja prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusį teismą, kad jis esą menkai pagrindė pirmajame klausime minimą pagrindinių Europos vidaus rinkos teisių pažeidimą.

25. Tačiau ir šis prieštaravimas nepagrįstas. Reikia pripažinti, kad RTI teisi, kai tvirtina, jog nutartyje dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą pateikti svarstymai dėl pagrindinių laisvių gana trumpi. Tačiau iš šios nutarties yra pakankamai aišku, kad prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas mano, jog pagrindinės laisvės buvo pažeistos dėl tų pačių priežasčių kaip ir bendrasis vienodo požiūrio principas. Ar tai tiesa, yra ne prašymo priimti prejudicinį sprendimą priimtumo klausimas, o pateikto klausimo turinio vertinimo klausimas.

26. Taigi konstatuotina, kad pirmasis prejudicinis klausimas yra priimtinas.

## 2. Turinio vertinimas

27. Pagal Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalį televizijos reklamai skirtas laikas negali viršyti 20 % per vieną astronominę valandą. Direktyvos 87 konstatuojamojoje dalyje paaiškinta, kad šis apribojimas taikomas ir geriausiai transliavimo laikui. Taip siekiama nustatyti pusiausvyrą tarp, pirma, televizijos transliuotojų ir reklamuotojų finansinių interesų ir, antra, teisių turėtojų, t. y. autorių bei kūrėjų, ir vartotojų – žiūrovų interesų apsaugos<sup>16</sup>.

28. Be to, iš Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalies matyti, kad valstybės narės gali numatyti griežtesnius nei minėtieji televizijos reklamai skirto laiko apribojimus, nustatydamos, kad jų jurisdikcijai priklausantys žiniasklaidos paslaugų teikėjai transliuotų ne daugiau nei 20 % televizijos reklamos per valandą.

29. Kitaip, nei mano *Sky Italia*, 4 straipsnio 1 dalis – tai ne siaurai aiškintina išimtis, o bendroji nuostata, turinti įtakos visai Direktyvai 2010/13; tai matyti vien iš jos vietos direktyvoje – ji yra II skyriuje („Bendrosios nuostatos“). Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalis yra principo, kad audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas reglamentuojančia Sąjungos teisės nuostata siekiama tik minimalaus suderinimo, išraiška<sup>17</sup>. Tai, be kita ko, patvirtina ir Direktyvos 2010/13 preambulė, pirmiausia jos 41 ir 83 konstatuojamosios dalys.

30. Kitaip, nei mano *Sky Italia*, Direktyvoje 2010/13 negalima įžvelgti ir bendro pobūdžio draudimo valstybėms narėms priimti diferencijuojančias taisykles dėl televizijos reklamai skirto laiko apribojimų, nustatant skirtingas televizijos transliuotojų kategorijas. Pavyzdžiui, šios direktyvos 4 straipsnio 1 dalyje valstybėms narėms aiškiai leidžiama jų jurisdikcijai priklausantiems žiniasklaidos paslaugų teikėjams taikyti ne tik *griežtesnes*, bet ir *išsamesnes* taisykles. Dar aiškiau tai formuluojama 83 konstatuojamojoje dalyje, kuri yra svarbi aiškinant direktyvos 4 straipsnio 1 dalį: joje teigiama, kad reglamentuodamos televizijos reklamą valstybės narės turi turėti teisę „kai kuriais atvejais jų jurisdikcijai priklausantiems televizijos transliuotojams nustatyti skirtingas sąlygas“<sup>18</sup>.

31. Todėl negalima daryti prielaidos, kad Direktyvoje 2010/13 kategoriškai draudžiama skirtingiems televizijos transliuotojams nustatyti skirtingus televizijos reklamai skirto laiko apribojimus.

16 — 2003 m. spalio 23 d. Sprendimas *RTL Television* (C-245/01, Rink. p. I-12489, 62 punktas) ir 2011 m. lapkričio 24 d. Sprendimas *Komisija prieš Ispaniją* (C-281/09, Rink. p. I-11811, 44 punktas); abu sprendimai susiję su Direktyvos 89/552 18 straipsnio 1 dalimi, kuri atitinka šiuo metu galiojančios Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalį.

17 — Žr. dėl Direktyvos 89/552 priimtus sprendimus: 1995 m. vasario 9 d. Sprendimą *Leclerc-Siplec* (C-412/93, Rink. p. I-179, 29 ir 44 punktai), 2009 m. kovo 5 d. Sprendimą *UTECA* (C-222/07, Rink. p. I-1407, 19 punktas) ir 2011 m. rugsėjo 22 d. Sprendimą *Mesopotamia Broadcast* (C-244/10 ir C-245/10, Rink. p. I-8777, 17 punktas).

18 — Žr. dėl Direktyvos 89/552 priimtą 2011 m. birželio 9 d. Sprendimą *Eleftheri tileorasi ir Giannikos* (C-52/10, Rink. p. I-4973, 35 punktas).

32. Tiesa, dar reikia išnagrinėti, ar nuostata, kaip antai Italijos Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnis, suderinamas su kitais Sąjungos teisės aktais – kad jis turi būti suderinamas, yra aiškiai numatyta Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalies pabaigoje. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas smarkiai abejoja, ar Italijos teisės nuostata suderinama su bendroju Sąjungos teisėje įtvirtintu vienodo požiūrio principu (žr. a skirsnį) ir įvairiomis pagrindinėmis vidaus rinkos laisvėmis (žr. b skirsnį).

a) Bendrasis Sąjungos teisėje įtvirtintas vienodo požiūrio principas

33. Vienodo požiūrio principas yra bendrasis Sąjungos teisės principas, įtvirtintas Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 20 ir 21 straipsniuose<sup>19</sup> ir turintis Sąjungos pagrindinės teisės statusą.

34. Pagal nusistovėjusią teismų praktiką remiantis šiuo principu draudžiama panašias situacijas vertinti skirtingai ir skirtingas situacijas vertinti vienodai, nebent tai būtų objektyviai pagrįsta<sup>20</sup>.

35. Skirtingas situacijas apibūdinančius elementus ir jų panašumą reikia apibrėžti ir įvertinti, be kita ko, atsižvelgiant ir į teisės akto, kuriuo nagrinėjamas skirtumas nustatytas, paskirtį ir tikslą<sup>21</sup>. Be to, reikia atsižvelgti į srities, kuriai nagrinėjama nuostata priklauso, principus ir tikslus<sup>22</sup>.

36. Taigi nagrinėjamu atveju, atsižvelgiant į Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnio tikslus, reikia išsiaiškinti, ar Italijos teisės aktų leidėjo nevienodas požiūris į mokamos televizijos ir nemokamos televizijos transliuotojus, pasireiškiantis skirtingais televizijos reklamai skirtu laiku apribojimais, yra grindžiamas televizijos transliuotojų ir jų transliuojamų televizijos laidų skirtumais ir ar (jei taip nėra) ši nevienodą požiūrį galima objektyviai pateisinti.

37. Kiek matyti, Įstatyminiame dekrete Nr. 177/2005 nėra aiškiai pasakyta, kokių tikslų yra siekiama 38 straipsniu. Tiesa, informacijos apie siekiamus tikslus gali suteikti aplinkybės, kuriomis nuostata buvo priimta<sup>23</sup>.

38. Sprendžiant iš prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo duomenų, Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsniu gali būti siekiama dviejų tikslų: viena vertus, apsaugoti vartotojus (žr. toliau i skirsnį) – tai ginčijamame sprendime ypač pabrėžia AGCOM, kita vertus, galbūt sudaryti palankesnes sąlygas nemokamos privačios televizijos transliuotojams, palyginti su mokamos televizijos transliuotojais (žr. toliau ii skirsnį). Todėl, atsižvelgiant į šiuos aspektus, reikia įvertinti, ar mokamos televizijos ir privačios nemokamos televizijos transliuotojai yra panašioje padėtyje ir ar nevienodas požiūris į juos, pasireiškiantis teisės nuostata, kaip antai nagrinėjama šioje byloje, pažeidžia bendrąjį Sąjungos teisėje įtvirtintą vienodo požiūrio principą.

19 — 2010 m. rugsėjo 14 d. Sprendimas *Akzo Nobel Chemicals ir Akros Chemicals prieš Komisiją* („Akzo Nobel“, C-550/07 P, Rink. p. I-8301, 54 punktas); žr. ir 1977 m. spalio 19 d. Sprendimą *Ruckdeschel ir kt.* (117/76 ir 16/77, Rink. p. 1753, 7 punktas) bei 2006 m. rugsėjo 12 d. Sprendimą *Eman ir Sevinger* (C-300/04, Rink. p. I-8055, 57 punktas).

20 — 2006 m. sausio 10 d. Sprendimas *IATA ir ELFAA* (C-344/04, Rink. p. I-403, 95 punktas), 2008 m. gruodžio 16 d. Sprendimas *Arcelor Atlantique ir Lorraine ir kt.* („Arcelor“, C-127/07, Rink. p. I-9895, 23 punktas) ir Sprendimas *Akzo Nobel* (minėtas 19 išnašoje, 55 punktas).

21 — Sprendimas *Arcelor* (minėtas 20 išnašoje, 25 punktas), 2011 m. kovo 17 d. Sprendimas *AJD Tuna* (C-221/09, Rink. p. I-1655, 93 punktas) ir 2011 m. gegužės 12 d. Sprendimas *Liuksemburgas prieš Parlamentą ir Tarybą* (C-176/09, Rink. p. I-3727, 32 punktas).

22 — Žr. sprendimus *Arcelor* (minėtas 20 išnašoje, 26 punktas) ir *Liuksemburgas prieš Parlamentą ir Tarybą* (minėtas 21 išnašoje, 32 punktas).

23 — Žr. 2007 m. spalio 16 d. Sprendimą *Palacios de la Villa* (C-411/05, Rink. p. I-8531, 56 ir 57 punktai), 2009 m. kovo 5 d. Sprendimą *Age Concern England* (C-388/07, Rink. p. I-1569, 44 ir 45 punktai) ir 2010 m. sausio 12 d. Sprendimą *Petersen* (C-341/08, Rink. p. I-47, 39 ir 40 punktai).

i) Dėl vienodo požiūrio principo vartotojų apsaugos aspektu

39. Vartotojų – televizijos žiūrovų – apsaugai nuo perteklinės reklamos Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvoje, kaip ir ankstesnėje „Televizija be sienų“ direktyvoje, skiriamas didelis dėmesys<sup>24</sup>.

40. Kaip teisingai pabrėžė ypač Italijos vyriausybė ir RTI, pusiausvyra, kurią reikia užtikrinti tarp vartotojų interesų ir televizijos transliuotojų bei reklamuotojų, mokamoje televizijoje yra kitokia nei privačioje nemokamoje televizijoje. Juk mokamos televizijos kanalai žiūrovams paprastai siūlo specialią programą, pirmiausia tam tikrus filmus, pramogines laidas ir sporto renginių transliacijas, kurių nerodo arba kuriuos ne taip pat rodo nemokama privati televizija. Norėdamas žiūrėti šiuos mokamos televizijos kanalus, žiūrovas, sudaręs individualią sutartį su atitinkamu televizijos transliuotoju, moka tam tikrą abonentinį mokestį. Taigi žiūrovas turi teisę pagrįstai tikėtis, kad mokamoje televizijoje matys gerokai mažiau reklamos nei nemokamoje privačioje televizijoje, kurią norint žiūrėti paprastai nereikia mokėti jokio atskiro mokesčio ir kurios pagrindinis – jei ne vienintelis – finansavimo šaltinis yra reklama.

41. Šiuo objektyviu mokamos televizijos ir nemokamos privačios televizijos skirtumu galima teisėtai remtis nacionalinėje teisėje nustatant diferencijuojančius televizijos reklamai skirto laiko apribojimus.

42. Tiesa, *Sky Italia* ir Komisija prieštarauja, kad nėra būtina taip ypač saugoti mokamos televizijos žiūrovų nuo perteklinės reklamos. Jei atitinkami žiūrovai jaučiasi neigiamai veikiami mokamoje televizijoje transliuojamos reklamos, jie, Komisijos manymu, patys pakankamai geba apginti savo interesus atsisakydami užsakytų mokamos televizijos kanalų arba nutraukdami turimą sutartį.

43. Tačiau šis prieštaravimas nagrinėjamu atveju nepagrįstas. Juk valstybės narės pačios gali nuspręsti, ar leisti veikti pasiūlos ir paklausos dėsniams, ar, siekiant apginti vartotojų interesus, imtis papildomų, Direktyva 2010/13 įvestą minimalų suderinimą pranokstančių priemonių. Kiekviena valstybė narė pati turi nustatyti savo teritorijoje taikytiną vartotojų apsaugos lygį, ir natūralu, kad šis lygis skirtingose valstybėse narėse gali skirtis<sup>25</sup>.

44. Jei valstybė narė, siekdama apsaugoti vartotojus – žiūrovus, vadovaudamasi Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalimi, nusprendžia nustatyti griežtesnius televizijos reklamai skirto laiko apribojimus nei Sąjungos teisės aktų leidėjo nustatyta 20 % riba, ši valstybė narė turi visišką teisę atsižvelgti į skirtingus atskirų žiūrovų grupių interesus.

45. Tai, kad mokamą televiziją galbūt žiūri tik mažesnė žiūrovų dalis, šiuo atveju neturi reikšmės. Svarbi tik atitinkamų žiūrovų, kaip vartotojų, teisė į apsaugą, neatsižvelgiant į tai, ar tai didesnė, ar mažesnė grupė, ar jie sudaro daugumą, ar mažumą.

46. Taigi apibendrinant konstatuotina, kad, žvelgiant iš vartotojų apsaugos perspektyvos, reklama mokamoje televizijoje ir reklama nemokamoje privačioje televizijoje yra du skirtingi dalykai. Jei tokie skirtingi dalykai, siekiant apsaugoti vartotojus, reglamentuojami skirtingai, tai nėra kiek neprieštarauja vienodo požiūrio principui.

24 — Sprendimas *RTL Television* (minėtas 16 išnašoje, 64 ir 70 punktai) ir 2007 m. spalio 18 d. Sprendimas *Österreichischer Rundfunk* (C-195/06, Rink. p. I-8817, 27 punktas).

25 — Žr. (su pagrindinėmis laisvėmis susijusius) sprendimus: 1995 m. gegužės 10 d. Sprendimą *Alpine Investments* (C-384/93, Rink. p. I-1141, 27 ir 51 punktai) ir 2009 m. rugsėjo 8 d. Sprendimą *Liga Portuguesa de Futebol Profissional ir Bwin International* (C-42/07, Rink. p. I-7633, 58 punktas).



ii) Dėl vienodo požiūrio principo, kalbant apie siekį sukurti nemokamos privačios televizijos transliuotojams palankesnes sąlygas

47. Lieka įvertinti, ar bendrąjį Sąjungos teisėje įtvirtintą vienodo požiūrio principą atitinka ir antrasis galimas Italijos vyriausybės tikslas. Šis tikslas, kurį prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas kartais netgi vadina „esminiu nagrinėjamų nacionalinės teisės aktų tikslu“, yra užtikrinti, kad „nemokamos televizijos transliuotojai gautų didesnes pajamas iš reklamos“.

48. Šiuo atžvilgiu pažymėtina, kad televizijos reklamos laiko pardavimas yra atskira rinka. Ši rinka skiriasi nuo galutinių vartotojų rinkos, kurioje transliuojamos televizijos laidos. Todėl remiantis vien tuo, kad galutinių vartotojų rinkoje, žvelgiant iš žiūrovų perspektyvos, egzistuoja objektyvūs skirtumai tarp televizijos transliuotojų<sup>26</sup>, dar negalima iš karto daryti išvados, kad šie skirtumai egzistuoja ir televizijos reklamos laiko pardavimo rinkoje. Priešingai, nagrinėjamu atveju nėra jokio pagrindo daryti tokios prielaidos – nei žvelgiant iš televizijos transliuotojų, nei iš reklamuotojų perspektyvos.

49. Parduodami televizijos reklamos laiką televizijos transliuotojai tiesiogiai konkuruoja vieni su kitais dėl klientų, vadinasi, dėl pajamų savo programoms finansuoti. Tai visiškai nesusiję su tuo, ar televizijos reklama yra vienintelis jų pajamų šaltinis, ar ne. Taigi visų televizijos transliuotojų, parduodančių reklamos laiką, padėtis yra panaši.

50. Reklamuotojams irgi neturi tiesioginės lemiamos reikšmės tai, ar jų reklaminius klipus transliuoja mokama, ar nemokama privati televizija. Veikiau klientams svarbiausia yra kaina, kurią jie turi mokėti už įsigytą reklamos laiką, ir tai, ar jų reklama pasieks kuo didesnę tinkamos tikslinės grupės auditoriją.

51. Todėl, kalbant apie televizijos reklamos laiko pardavimą, televizijos transliuotojų padėtis (ir žvelgiant iš pačių televizijos transliuotojų, ir iš reklamuotojų perspektyvos) iš esmės panaši. Taigi šiuo požiūriu nevienodą požiūrį į juos, Italijos teisės aktų leidėjo taikomą nustačius skirtingus televizijos reklamai skirtą laiką apribojimus, reikėtų objektyviai pagrįsti.

52. Skirtingų apribojimų taikymo negali pagrįsti vien Italijos teisės aktų leidėjo siekis „užtikrinti, kad nemokamos televizijos transliuotojai gautų didesnes pajamas iš reklamos“.

53. Gali egzistuoti situacijų, kai valstybė narė, siekdama užtikrinti pasiūlos įvairovę televizijoje, o ypač kokybišką nemokamą televizijos programą, turi visišką teisę remti nepalankesnėje padėtyje atsidūrusius televizijos transliuotojus.

54. Tačiau nagrinėjamu atveju nematyti jokio poreikio ką nors remti. Kaip tvirtinama nutartyje dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą, šiuo metu Italijoje privatūs nemokamos televizijos, matomos visoje šalyje, transliuotojai nėra atsidūrę nepalankesnėje padėtyje nei konkurentai. Priešingai, kaip teigia prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, Italijos televizijos reklamos rinkoje dominuojamą padėtį ir šiaip užima didžiausias privatus nemokamos televizijos transliuotojas.

55. Jei tokiomis aplinkybėmis nacionalinės teisės aktų leidėjas siekia užtikrinti, kad nemokamos televizijos transliuotojai gautų didesnes pajamas iš reklamos, tai šis siekis prieštarauja esminiams Direktyvos 2010/13 tikslams – garantuoti laisvą konkurenciją ir vienodą požiūrį į televizijos transliuotojus ir prisidėti kuriant visiems televizijos transliuotojams vienodas konkurencijos sąlygas<sup>27</sup>. Su šiais Sąjungos teisėje įtvirtintais tikslais nedera siekis be objektyvios priežasties sudaryti geresnes sąlygas tam tikrai televizijos transliuotojų kategorijai uždirbti pinigų iš televizijos reklamos<sup>28</sup>.

26 — Žr. šios išvados 40 ir 41 punktus.

27 — Direktyvos 2010/13 10 konstatuojamoji dalis.

28 — Kitaip būtų galima teigti tik tuo atveju, jei įstatymų leidėjas siektų ne sudaryti geresnes sąlygas privatiems nemokamos televizijos transliuotojams, o kompensuoti tai, kad šie transliuotojai, palyginti su kitais televizijos transliuotojais, yra atsidūrę nepalankioje padėtyje. Tačiau šiuo atveju nėra jokio pagrindo taip manyti.

iii) Tarpinė išvada

56. Kaip matyti, vertinant nuostatą, kaip antai nagrinėjamą, pagal bendrojo Sąjungos teisėje įtvirtinto vienodo požiūrio principo kriterijų, išvada priklauso nuo to, kokio tikslo šia nuostata siekiama.

57. Jei pagrindinis tikslas yra apsaugoti vartotojus nuo perteklinės televizijos reklamos, skirtingi televizijos reklamai skirto laiko apribojimai mokamoje ir privačioje nemokamoje televizijoje suderinami su vienodo požiūrio principu. O jei pagrindinis siekis yra užtikrinti privatiems nemokamos televizijos transliuotojams didesnes pajamas iš reklamos, o kartu ir geresnį finansavimą, tai pagal vienodo požiūrio principą yra draudžiama šiuo tikslu numatyti skirtingus televizijos reklamai skirto laiko apribojimus mokamoje televizijoje ir privačioje nemokamoje televizijoje.

58. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turės įvertinti, kuris iš dviejų galimų Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnio tikslų yra pagrindinis, ir tuo remdamasis padaryti atitinkamas išvadas dėl atitikties vienodo požiūrio principui.

b) Pagrindinės Europos vidaus rinkos laisvės

59. Pirmajame klausime *Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio* Teisingumo Teismo klausia ne tik dėl bendrojo Sąjungos teisėje įtvirtinto vienodo požiūrio principo, bet ir dėl įvairių pagrindinių Europos vidaus rinkos laisvių: dėl laisvo paslaugų judėjimo (SESV 56 straipsnis), įsisteigimo laisvės (SESV 49 straipsnis) ir laisvo kapitalo judėjimo (SESV 63 straipsnio 1 dalis). Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismo manymu, vienodo požiūrio principo pažeidimas „neišvengiamai“ riboja šias pagrindines laisves ir iškraipo konkurenciją.

60. Iš esmės minėtos vidaus rinką reglamentuojančios nuostatos draudžia bet kokią nacionalinę priemonę, kuri, nors ir taikoma nediskriminuojant dėl pilietybės, gali kliudyti pasinaudoti Sutartimi garantuojamomis pagrindinėmis laisvėmis arba dėl kurios naudojimas jomis gali tapti mažiau patrauklus<sup>29</sup>. Tačiau ribojimu nelaikomas atvejis, kai priemonės poveikis pernelyg neapibrėžtas ir netiesioginis, kad galėtų kelti grėsmę naudojimuisi minėtomis pagrindinėmis laisvėmis<sup>30</sup>.

61. Kalbant apie įsisteigimo laisvę ir laisvą kapitalo judėjimą, sunku išvelgti ryšį tarp šių pagrindinių laisvių ir Italijoje taikomų televizijos reklamai skirto laiko apribojimų. Reikia pripažinti, kad Italijoje šie transliavimo laiko apribojimai mokamoje televizijoje yra didesni nei nemokamoje privačioje televizijoje. Bet šių skirtingų reklamai skirto laiko apribojimų poveikis (bent jau sprendžiant iš Teisingumo Teismui pateiktos informacijos) atrodo pernelyg neapibrėžtas ir netiesioginis, kad galėtų daryti didelę įtaką užsienio šalyje įsisteigusių televizijos transliuotojų arba užsienio investuotojų sprendimams investuoti Italijos televizijos rinkoje. Todėl negalima laikyti, kad įsisteigimo laisvė ar laisvas kapitalo judėjimas yra ribojami.

62. Bet valstybės nustatyti televizijos reklamai skirto laiko apribojimai, kaip antai taikomi Italijoje, gali riboti laisvą paslaugų judėjimą, nes jie apskritai riboja Italijos televizijos transliuotojų, ypač mokamos televizijos transliuotojų, galimybes transliuoti kitose valstybėse narėse įsisteigusių reklamuotojų reklamą<sup>31</sup>.

29 — Žr., pavyzdžiui, 2008 m. balandžio 1 d. Sprendimą *Gouvernement de la Communauté française ir gouvernement wallon* (C-212/06, Rink. p. I-1683, 45 punktas) ir 2009 m. balandžio 28 d. Sprendimą *Komisija prieš Italiją* (C-518/06, Rink. p. I-3491, 62 punktas).

30 — 2010 m. birželio 15 d. Sprendimas *Komisija prieš Ispaniją* (C-211/08, Rink. p. I-5267, 72 punktas).

31 — 1997 m. liepos 9 d. Sprendimas *De Agostini ir TV-Shop* (C-34/95-C-36/95, Rink. p. I-3843, 50 punktas) ir Sprendimas *ARD* (minėtas 13 išnašoje, 49 punktas); žr. 2004 m. liepos 13 d. Sprendimą *Bacardi France* (C-429/02, Rink. p. I-6613, 35 punktas) ir Sprendimą *Corporación Dermostética* (minėtas 13 išnašoje, 33 punktas) dėl tam tikrų televizijos reklamos rūšių draudimo.

63. Pagal teismų praktiką<sup>32</sup> Sutartyse įtvirtintų pagrindinių laisvių ribojimas gali būti pagrįstas tik tuo atveju, jeigu juo siekiama teisėto, Sutartį atitinkančio tikslo ir jis pateisinamas privalomaisiais viešojo intereso pagrindais. Be to, tokiu atveju apribojimas turi būti tinkamas siekiamam tikslui įgyvendinti ir negali viršyti to, kas būtina šiam tikslui pasiekti.

64. Šiuo atžvilgiu reikėtų remtis tais pačiais samprotavimais kaip ir vienodo požiūrio principo atveju. Teisės aktų leidėjo siekis „užtikrinti, kad nemokamos televizijos transliuotojai gautų didesnes pajamas iš reklamos“, t. y. tik ekonominis sumetimas, paprastai negali būti laikomas teisėtu tikslu, galinčiu pateisinti laisvo paslaugų judėjimo apribojimą televizijos reklamos srityje<sup>33</sup>. Bet yra pripažinta, kad vartotojų – televizijos žiūrovų – apsauga nuo perteklinės reklamos yra privalomas viešojo intereso pagrindas, kuriuo galima pateisinti laisvo paslaugų judėjimo apribojimą<sup>34</sup>. Kurio iš šių tikslų siekiama Italijos teisės nuostata, turės nustatyti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas.

65. Jei prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, kaip ir AGCOM ginčijamame sprendime, prieis prie išvados, kad Įstatyminio dekreto Nr. 177/2005 38 straipsnio tikslas yra apsaugoti vartotojus nuo perteklinės reklamos, jis turės įvertinti, ar 2011 m. taikytas reklamai skirtas laiko mokamoje televizijoje apribojimas iki 14 % laiko per valandą buvo tinkamas ir būtinas šiam tikslui pasiekti.

66. Remiantis Teisingumo Teismo šioje byloje turima informacija, nematyti jokio pagrindo laikyti ginčijamo reklamai skirtas laiko mokamoje televizijoje apribojimo neproporcingu tikslo apsaugoti vartotojus atžvilgiu. Visų pirma vien iš to, kad reklamai skirtas laikas skirtingai ribojamas mokamoje ir nemokamoje privačioje televizijoje, dar negalima daryti išvados, kad tokia, kaip Italijos, teisės nuostata yra nenuosekli. Juk tas skirtumas, kaip jau minėta<sup>35</sup>, grindžiamas objektyviomis aplinkybėmis.

## B – Antrasis prejudicinis klausimas

67. Pateikdamas antrąjį klausimą prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės siekia sužinoti, ar skirtingi televizijos reklamai skirtas laiko apribojimai, kaip antai numatyti Italijos teisėje, suderinami su žiniasklaidos laisve ir pliuralizmu, jei iškraipo konkurenciją ir sudaro palankias sąlygas dominuojančiai padėčiai televizijos reklamos rinkoje susikurti arba sustiprėti.

### 1. Priimtinumumas

68. Komisija ir RTI abejoja, ar šis klausimas priimtinas. Manau, kad šios abejonės pagrįstos.

69. Tiesa, priešingai, nei mano RTI, antrojo prejudicinio klausimo negalima atmesti motyvuojant tuo, kad jis susijęs tik su nacionaline teise. Juk žiniasklaidos laisvė ir pliuralizmas yra ir Sąjungos teisės principas, šiuo metu įtvirtintas, be kita ko, Pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnio 2 dalyje. Teisingumo Teismui galima užduoti prejudicinį klausimą prašant išaiškinti šį principą.

32 — Žr., pavyzdžiui, 2007 m. gruodžio 18 d. Sprendimą *Laval un Partneri* (C-341/05, Rink. p. I-11767, 101 punktą), Sprendimą *Komisija prieš Italiją* (minėtas 29 išnašoje, 72 punktą).

33 — Žr. šios išvados 51 ir 52 punktus.

34 — Sprendimas *ARD* (minėtas 13 išnašoje, 50 punktą); žr. ir sprendimus *De Agostini ir TV-Shop* (minėtas 31 išnašoje, 53 punktą) ir *Mesopotamia Broadcast* (minėtas 17 išnašoje, 48 ir 49 punktai).

35 — Žr. pirmiausia šios išvados 40 ir 41 punktus.

70. Bet, kaip teisingai pabrėžia Komisija, bet kokiame prašyme priimti prejudicinį sprendimą turi būti pateikta bent minimali informacija apie pagrindinės bylos aplinkybes, kad prejudicinio sprendimo priėmimo proceso dalyviai galėtų tinkamai pareikšti savo poziciją, o Teisingumo Teismas – pateikti naudingą atsakymą į prejudicinius klausimus<sup>36</sup>. Tai ypač svarbu, jei pagrindinę bylą išspręsti įmanoma tik įvertinus konkurencinius įmonių santykius.

71. Nagrinėjamu atveju prašyme priimti prejudicinį sprendimą pernelyg mažai informacijos apie atitinkamas rinkas ir procesus jose, kad Teisingumo Teismas galėtų pateikti naudingą atsakymą į antrąjį prejudicinį klausimą.

72. Todėl Teisingumo Teismas turėtų pripažinti antrąjį prejudicinį klausimą nepriimtiniu.

## 2. Turinio vertinimas

73. Jei antrasis prejudicinis klausimas vis dėlto būtų pripažintas priimtiniu, leisiu sau pateikti kelias bendras pastabas apie jo turinį.

74. Žiniasklaidos laisvės ir pliuralizmo principui, įtvirtintam Pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnio 2 dalyje, demokratinėje visuomenėje tenka labai svarbus vaidmuo<sup>37</sup>. Taip pat Direktyva 2010/13 siekiama užkirsti kelią televizijos priemonėmis perduodamos informacijos pliuralizmo ir laisvės apribojimams<sup>38</sup>.

75. Turint galvoje tai, kad televizijos reklama yra svarbus transliavimo veiklos finansavimo šaltinis, negalima *a priori* atmesti galimybės, kad konkurencija tarp televizijos transliuotojų iškraipoma, jei vieni jų dėl jiems taikomų specialių transliavimo laiko apribojimų šio finansavimo šaltinio negali išnaudoti taip pat gerai kaip kiti.

76. Tiesa, tai, ar skirtingi televizijos reklamai skirto laiko apribojimai iš tiesų iškraipo konkurenciją tarp įvairių televizijos transliuotojų kategorijų, priklauso nuo daugybės veiksnių, tarp jų ir nuo to, kiek atitinkami transliuotojai yra priklausomi nuo reklamos, kaip finansavimo šaltinio, ir iš kokių kitų šaltinių jie prireikus gali finansuoti savo televizijos programą.

77. Vien tai, kad vienas televizijos transliuotojas turi ypač stiprias pozicijas parduodamas televizijos reklamos laiką, dar nereiškia, kad kiti televizijos transliuotojai negali sudaryti jam veiksmingos konkurencijos žiūrovams pateikiamomis savo televizijos programomis.

78. Be to, ne kiekvienas konkurencijos tarp televizijos transliuotojų sąlygų pakeitimas savaime reiškia žiniasklaidos laisvės ir pliuralizmo ribojimą.

79. Bet nacionalinės teisės nuostata, reglamentuojanti transliavimo veiklą, prieštarauja Pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnio 2 daliai, jeigu ji smarkiai iškraipo konkurenciją tarp televizijos transliuotojų ir taip sukelia rimtą pavojų, kad žiniasklaidos laisvė ir pliuralizmas bus apriboti.

36 — 1993 m. sausio 26 d. Sprendimas *Telemarscabruzzo ir kt.* (C-320/90-C-322/90, Rink. p. I-393, 6 ir 7 punktai), 2005 m. vasario 17 d. Sprendimas *Viacom Outdoor* (C-134/03, Rink. p. I-1167, 22 ir 25–32 punktai) ir 2008 m. sausio 31 d. Sprendimas *Centro Europa 7* (C-380/05, Rink. p. I-349, 57 ir 58 punktai).

37 — Žr. 2013 m. sausio 22 d. Sprendimą *Sky Österreich* (C-283/11, 52 punktas).

38 — Direktyvos 2010/13 8 konstatuojamoji dalis.

## VI – Išvada

80. Atsižvelgdama į pateiktus argumentus, siūlau Teisingumo Teismui į *Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio* prašymą priimti prejudicinį sprendimą atsakyti taip:

1. Nacionalinės teisės nuostata, kuria, neperžengiant Direktyvos 2010/13/ES 23 straipsnio 1 dalyje nustatytos 20 % per vieną astronominę valandą ribos, televizijos reklamai mokamoje televizijoje numatomas didesnis apribojimas nei nemokamoje privačioje televizijoje, yra:

- nesuderinama su direktyvos 4 straipsnio 1 dalimi, siejama su bendruoju Sąjungos teisėje įtvirtintu vienodo požiūrio principu ir SESV 56 straipsniu, jeigu ja siekiama nemokamos televizijos transliuotojams užtikrinti didesnes pajamas iš reklamos, nors nematyti, kad jie būtų atsidūrę nepalankesnėje padėtyje nei konkurentai,
- suderinama su direktyvos 4 straipsnio 1 dalimi, siejama kartu su bendruoju Sąjungos teisėje įtvirtintu vienodo požiūrio principu ir SESV 56 straipsniu, jeigu ja, nepažeidžiant proporcingumo principo, siekiama apsaugoti vartotojus – žiūrovus nuo perteklinės televizijos reklamos.

Nacionalinis teismas turės įvertinti, kurio iš šių tikslų yra siekiama nacionalinės teisės nuostata, ir, jei siekiama abiejų tikslų, nustatyti, kuris iš jų yra pagrindinis.

2. SESV 49 straipsniui ir 63 straipsnio 1 daliai tokia nacionalinės teisės nuostata neprieštarauja.