



Teismo praktikos rinkinys

GENERALINIO ADVOKATO
MACIEJ SZPUNAR IŠVADA,
pateikta 2015 m. spalio 6 d.¹

Byla C-314/14

**Sanoma Media Finland Oy–Nelonen Media
prieš
Viestintävirasto**

(Korkein hallinto-oikeus (Suomija) pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą)

„Televizijos programų transliavimas — Televizijos reklama — Direktyva 2010/13/ES — 10 straipsnio 1 dalies c punktas, 19 straipsnio 1 dalis ir 23 straipsnis — Reklamos atskyrimas nuo kitų programos dalių — Ekranų padalijimo technika — Reklamos pertraukų trukmės ribojimas — Informacija apie programos rėmimą — „Juodosios sekundės“, atskiriančios reklamos intarpus“

Ižanga

1. *Korkein hallinto-oikeus* (Suomijos vyriausiasis administracinis teismas) pateikė tris konkrečius prejudicinius klausimus, susijusius su nuostata, kuriomis reglamentuojami televizijos reklamos ir įmonių atliekamo televizijos programų rėmimo klausimai, išaiškinimu.

2. Nors prašymo priimti prejudicinį sprendimą dalyką sudarančios nuostatos Sąjungos teisėje galioja jau seniai (tiesa, per tą laiką jų tekstas kito), ligšiolinėje Teisingumo Teismo praktikoje dar neatsakyta į prašymą priimti prejudicinį sprendimą šioje byloje pateikusių teismo iškeltus teisinius klausimus. Tačiau atrodo, kad šios nuostatos skirtingai taikomos atskirų valstybių narių nacionalinių institucijų ir teismų praktikoje. Taigi, Teisingumo Teismas turės galimybę išaiškinti šias nuostatas ir taip suvienodinti šią praktiką.

Teisinis pagrindas

Sąjungos teisė

3. *Korkein hallinto-oikeus* pateikti prejudiciniai klausimai susiję su kelių 2010 m. kovo 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 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)² nuostatų išaiškinimu.

1 — Originalo kalba: lenkų.

2 — OL L 95, p. 1.

4. Direktyvos 2010/13 10 straipsnio 1 dalies c punkte nurodyta:

„Remiamos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos ar programos turi atitikti šiuos reikalavimus:

<...>

- c) žiūrovai aiškiai informuojami apie esamą rėmimo susitarimą. Programų pradžioje, jų metu ir (arba) pabaigoje tinkamu būdu pateikiant rėmėjo vardą (pavadinimą), logotipą ir (arba) kitą ženklą, pavyzdžiui, nuorodą į jo produktą (-us) ar paslaugą (-as) arba jų skiriamąjį ženklą yra aiškiai parodoma, kad programos yra remiamos.“

5. Direktyvos 19 straipsnio 1 dalyje nustatyta:

„Televizijos reklama ir teleparduotuvė yra lengvai atpažįstamos ir atskiriamos nuo redakcinio programos turinio. Nedarant poveikio naujų reklamos technologijų naudojimui, televizijos reklama ir teleparduotuvė optinėmis ir (arba) akustinėmis ir (arba) erdvinėmis priemonėmis yra pakankamai atskiriamos nuo kitų programos dalių.“

6. Galiausiai šios direktyvos 23 straipsnyje nustatyta:

„1. Televizijos reklamos ir teleparduotuvės tarpams skirtas laikas per vieną astronominę valandą neviršija 20 %.

2. 1 dalis netaikoma paties transliuotojo pranešimams apie savo programas ir pagalbiniam su tomis programomis tiesiogiai susijusiems produktams, rėmimo pranešimams ir prekių rodymui.“

Suomijos teisė

7. Direktyva 2010/13 į Suomijos teisę perkelta Įstatymu Nr. 744/1998 dėl programų transliavimo (*Laki televisio- ja radiotoiminnasta 744/1998*, toliau – Įstatymas Nr. 744/1998). Direktyvos 10 straipsnio 1 dalies c punkto, 19 straipsnio 1 dalies ir 23 straipsnio 1 dalies perkėlimas į nacionalinę teisę užtikrinamas atitinkamai Įstatymo Nr. 744/1998 26 straipsnio 2 dalimi, 22 straipsnio 1 dalimi ir 29 straipsnio 1 dalimi.

Faktinės aplinkybės, procesas ir prejudiciniai klausimai

8. *Sanoma Media Finland Oy-Nelonen Media*, pagal Suomijos teisę veikianti bendrovė (toliau – bendrovė *Sanoma*), yra televizijos transliuotoja, priklausanti Suomijos Respublikos jurisdikcijai, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2010/13 2 straipsnį.

9. 2012 m. kovo 9 d. *Viestintävirsto* (Suomijos audiovizualinės rinkos reguliavimo institucija) dėl bendrovės *Sanoma* priėmė sprendimą, kuriuo įpareigojo ją nutraukti konstatuotus Įstatymo Nr. 744/1998 pažeidimus. Reguliavimo institucijos kaltinimai buvo susiję su reklamai transliuoti skirtu laiku ir tuo, kaip bendrovė *Sanoma* atskiria reklamą nuo kitų programos dalių.

10. Pirma, bendrovė *Sanoma* taikė ekrano padalijimo techniką taip, kad vienoje jo dalyje buvo transliuojama „pagrindinė“ programa (konkrečiai – programos pabaigos tekstas), o kitoje dalyje pristatomos paskesnės programos. Suomijos reguliavimo institucija pareiškė, kad pats ekrano padalijimas į dalį, skirtą pagrindinei programai transliuoti, ir į dalį, skirtą kitoms programoms pristatyti, yra nepakankamas, atsižvelgiant į Įstatymo Nr. 744/1998 nuostatas, skirtas Direktyvos 2010/13 19 straipsnio 1 daliai perkelti į nacionalinę teisę.

11. Antra, Suomijos reguliavimo institucija pripažino, kad programos rėmėjo logotipas, transliuojamas kitu laiku nei remiama programa, iš tikrųjų yra reklama, todėl jo transliavimo laiką reikia įskaičiuoti į reklamai skirtą laiką. Ši institucija pripažino, kad bendrovė *Sanoma* viršijo reklamai transliuoti skirto laiko ribą, apibrėžtą Įstatymo Nr. 744/1998 29 straipsnio 1 dalyje (Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalis).

12. Trečia, Suomijos reguliavimo institucijos nuomone, bendrovė *Sanoma* viršijo minėtą reklamai skirtą laiko ribą, nes į šį laiką reikia įskaičiuoti ir trumpas pertraukas (vadinamąsias juodąsias sekundes), kuriomis atskiriami konkretūs reklamos intarpai.

13. Bendrovė *Sanoma* apskundė šį sprendimą *Viestintävirsto do Helsingin hallinto-oikeus* (Helsinkio administracinis teismas). Šis teismas atmetė jos skundą, pripažindamas reguliavimo institucijos sprendimą pagrįstu. Bendrovė *Sanoma* pateikė prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui kasacinį skundą dėl minėto teismo sprendimo.

14. Tokiomis aplinkybėmis *Korkein hallinto-oikeus* nutarė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui tokius prejudicinius klausimus:

- „1. Ar tokiomis aplinkybėmis, kokios susiklostė pagrindinėje byloje, Direktyvos 2010/13/ES 19 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad pagal ją draudžiama aiškinti nacionalines nuostatas taip, kad ekrano padalijimas nelaikomas reklamą atskiriančia užsklanda, kuria audiovizualinė programa atskiriama nuo televizijos reklamos, jei dalyje ekrano rodoma programa, o kitoje – paskesnių to transliuotojo kanalo laidų pristatymas lentelėje ir nei padalytame ekrane, nei vėliau nepateikiama akustinė ar optinė priemonė, aiškiai parodanti reklamos pertraukos pradžią?
2. Ar, atsižvelgiant į aplinkybę, kad Direktyvoje 2010/13 įtvirtinti minimalūs reikalavimai, šios direktyvos 23 straipsnio 2 dalį tokiomis aplinkybėmis, kokios susiklostė pagrindinėje byloje, reikia aiškinti taip, kad pagal ją rėmėjų simbolių, rodomų kitose programose nei remiamosios, negalima laikyti „reklamos intarpais“, kaip jie suprantami pagal direktyvos 23 straipsnio 1 dalį, įskaičiuojamais į maksimalų leistiną reklamai skirtą laiką?
3. Ar, atsižvelgiant į aplinkybę, kad Direktyvoje 2010/13 įtvirtinti minimalūs reikalavimai, tokiomis aplinkybėmis, kokios susiklostė pagrindinėje byloje, šios direktyvos 23 straipsnio 1 dalyje vartojamą sąvoką „reklamos intarpai“, siejamą su maksimalų leistiną reklamai skirtą laiką apibūdinančia fraze „skirtas laikas per vieną astronominę valandą neviršija 20 %“, reikia aiškinti taip, kad į reklamai skirtą laiką negalima įskaičiuoti „juodųjų sekundžių“ tarp atskirų reklamos intarpų ir reklamos pertraukos pabaigoje?“

15. Rašytines pastabas pateikė Suomijos, Graikijos, Austrijos, Lenkijos vyriausybės ir Europos Komisija. Pagal Procedūros reglamento 76 straipsnio 2 dalį Teisingumo Teismas nusprendė nerengti teismo posėdžio.

Analizė

16. Prejudicinius klausimus reikia nagrinėti atskirai jų pateikimo eilės tvarka.

Dėl pirmojo klausimo

17. Pirmuoju prejudiciniu klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės siekia išsiaiškinti, ar Direktyvos 2010/13 19 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad pats ekrano padalijimas į dalis, iš kurių viena skirta reklamai, reiškia pakankamą šios reklamos atskyrimą nuo redakcinio turinio, o gal reklamai skirta ekrano dalis turi būti žymima papildomai.

18. Šios bylos aplinkybėmis reikia pažymėti, kad pagal Direktyvos 2010/13 1 straipsnio 1 dalies i punkte pateiktą apibrėžtį informacija, kurią televizijos transliuotojas transliuoja savireklamos tikslu ir siekdamas reklamuoti savo programas, yra speciali televizijos reklamos rūšis. Šį aiškinimą patvirtina direktyvos 96 konstatuojamoji dalis. Taigi, kitų laidų pristatymą reikia laikyti jų reklama, nes jo tikslas – paskatinti žiūrovą toliau žiūrėti tą kanalą.

19. Tiesa, pagal direktyvos 23 straipsnio 2 dalį tokio pobūdžio informacija neįeina į reklamai skirtą laiką, tačiau iš esmės jai taikomos likusios direktyvos nuostatos, susijusios su televizijos reklama, įskaitant jos 19 straipsnio 1 dalyje nustatytą įpareigojimą aiškiai atskirti ją nuo redakcinio turinio. Be to, Direktyvos 2010/13 96 konstatuojamojoje dalyje nurodyta, kad anonai, susidedantys iš programų ištraukų, turėtų būti laikomi programomis. Tačiau pranešimai apie programas, kuriuose nėra tokių ištraukų, pavyzdžiui, kai juose nurodomi tik programų pavadinimai, taip pat turi būti aiškiai atskirti nuo redakcinio turinio, taip pat nuo kitų reklamos formų.

20. Grįžtant prie Direktyvos 2010/13 19 straipsnio 1 dalies išaiškinimo pirmiausia reikia pažymėti, kad šioje nuostatoje, be optinių arba akustinių signalų, aiškiai leidžiamas ir erdvinis reklamos atskyrimo nuo redakcinio turinio būdas (ekrano padalijimas). Tačiau pagal šios nuostatos pirmą sakinį reikalaujama, kad televizijos reklama būtų lengvai atpažįstama ir skirtųsi nuo redakcinio turinio.

21. Ekranų padalijimo technika gali būti ir yra labai dažnai naudojama ne tik reklamai, bet ir kitam turiniui transliuoti, pavyzdžiui, siekiant pateikti svarbiausią informaciją vadinamojoje juostoje ekranų apačioje, televizijos žiūrovams skirtiems konkursams, savireklamai ir pan. Taigi, pats ekranų padalijimas nebūtinai reiškia, kad vienoje jo dalyje bus transliuojama reklama.

22. Taigi, jeigu pagal Direktyvos 2010/13 19 straipsnio 1 dalies pirmą sakinį reikalaujama, kad reklama būtų lengvai atpažįstama ir skirtųsi nuo redakcinio turinio, mano nuomone, nepakanka, kad ši reklama būtų transliuojama padalyto ekranų dalyje. Ši dalis dar turi būti atitinkamai pažymėta, kad žiūrovui nekiltų abejonių, kad joje transliuojamas turinys yra reklaminių pobūdžio. Tai gali būti žymima akustiniu arba optiniu signalu, prilygstančiu signalui, kuriuo atskiriama per visą ekraną rodoma reklama, arba specialiu simboliu, nuolat rodomu padalyto ekranų dalyje, skirtoje reklamai. Be to, šis simbolis turi aiškiai rodyti komercinio pranešimo, su kuriuo jis susijęs, pobūdį – ar tai yra reklama, teleparduotuvė, savireklama ar kt. Pats ekranų padalijimas be papildomo žymėjimo neužtikrina, kad bus pasiektas Direktyvos 2010/13 19 straipsnio 1 dalies pirmame sakinyje nurodytas tikslas.

23. Šiomis aplinkybėmis dar reikia atkreipti dėmesį į Direktyvos 2010/13 20 straipsnio 1 dalį, pagal kurią reikalaujama, kad rodant programą transliuojama reklama nekenktų šios programos vientisumui. Taigi, padalyto ekranų dalyje transliuojamą reklamą žymintys signalai turi būti tokie, kad atitiktų šį reikalavimą.

24. Atsižvelgdamas į tai, kas nurodyta pirmiau, siūlau Teisingumo Teismui į pirmąjį prejudicinį klausimą atsakyti taip: Direktyvos 2010/13 19 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad pats ekranų padalijimas į dalis, iš kurių viena skirta reklamai, nereiškia pakankamo šios reklamos atskyrimo nuo redakcinio turinio. Reklamai skirta ekranų dalis turi būti papildomai pažymėta naudojant optinį arba akustinį signalą reklaminių pranešimų sekos pradžioje ar pabaigoje arba pastoviu simboliu, rodomu tuo metu, kai ekranas yra padalytas. Šis signalas arba simbolis turi aiškiai rodyti transliuojamo pranešimo pobūdį.

Dėl antrojo klausimo

25. Antruoju prejudiciniu klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės siekia išsiaiškinti, ar Direktyvos 2010/13 23 straipsnį, siejamą su šios direktyvos 10 straipsnio 1 dalies c punktu, reikia aiškinti taip, kad informacija apie remiamą laidą, transliuojama pasibaigus šios programos laikui, reiškia televizijos reklamą.

26. Direktyvos 2010/13 nuostatos, kuriose apibrėžiamas televizijos programų rėmimas³, nėra suformuluotos labai tiksliai. Viena vertus, pagal šios direktyvos 1 straipsnio 1 dalies k punktą rėmimas reiškia kitų asmenų nei programos kūrėjai ir audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas teikiantys subjektai (vadinamųjų rėmėjų) dalyvavimą finansuojant šias programas ar paslaugas siekiant reklamuoti rėmėjų pavadinimą, prekių ženklus, įvaizdį, veiklą arba gaminius. Kita vertus, direktyvos 1 straipsnio 1 dalies h punkte rėmimas pripažįstamas vienu iš „komercinių audiovizualinių pranešimų“.

27. Šias nuostatas veikiau reikėtų suprasti taip, kad rėmimas *sensu stricto* reiškia rėmėjo dalyvavimą finansuojant televizijos programą, o komercinis audiovizualinis pranešimas reiškia informaciją apie šį faktą, pateikiamą transliuojant remiamą programą. Viena vertus, ši informacija skirta pasiekti rėmimo tikslui, t. y. reklamuoti rėmėjui, kita vertus, jos reikalaujama pagal Direktyvos 2010/13 10 straipsnio 1 dalies c punktą siekiant informuoti žiūrovą apie tai, kad programa yra remiama. Vis dėlto rėmimas kitais tikslais nei rėmėjo reklama, pavyzdžiui, siekiant paveikti programos turinį, neleidžiamas (tai aiškiai draudžiama direktyvos 10 straipsnio 1 dalies a punkte), kaip neleidžiamas ir paslėptas rėmimas⁴.

28. Kaip matyti iš to, kas nurodyta pirmiau, ir kaip teisingai savo pastabose šioje byloje nurodo Lenkijos vyriausybė, informacija apie tai, kad programa yra remiama, siekiama dviejų tikslų. Pirma, tai yra informacija žiūrovui ir ji neleidžia slapta remti programos kitais tikslais nei rėmėjo reklamos. Antra, ši informacija skirta būtent šiai reklamai, nurodant ir viešinant pavadinimą, prekių ženklą ar kitą su rėmėju susijusį pranešimą.

29. Taigi, pagal antrąją iš nurodytų funkcijų informacija apie rėmėją yra panaši į televizijos reklamą. Įmonės remia televizijos programas siekdamos viešinti savo pavadinimą arba prekių ženklą arba siekdamos pagerinti savo įvaizdį visuomenėje. Tai netiesiogiai padeda didinti jų siūlomų prekių arba paslaugų pardavimą, taigi siekti tų pačių tikslų, kurių siekiama reklama.

30. Tad sunku pritarti Komisijos pastabose šioje byloje pateiktam teiginiui, kad vienintelis pranešimų apie rėmimą tikslas yra informuoti žiūrovus apie rėmimo sutarties buvimą. Taip pat nepritariu Austrijos vyriausybės pastabose išreikštam požiūriui, kad tarp pranešimų apie rėmimą, skirtų tik rėmėjui identifikuoti, ir televizijos reklamos, skirtos prekių ir paslaugų pardavimui reklamuoti, yra esminis skirtumas. Sprendimas *Österreichischer Rundfunk*⁵, kurį Austrijos vyriausybė nurodė savo pastabose minėtam teiginiui pagrįsti, buvo susijęs ne su rėmimo ir reklamos atskyrimu, bet su televizijos konkurso, kuriame teikiami prizai žiūrovams, pripažinimu reklama ir televizijoje transliuojamais pranešimais apie šį konkursą.

31. Iš tikrųjų informaciją apie programos rėmimą nuo reklamos skiria tik pranešimo forma, bet ne jo tikslas ar esmė. Net ir forma ne visada skiriasi, nes ir reklamuojant gali būti apsiribojama įmonės pavadinimo, prekių ženklo, prekės arba paslaugos pateikimu, nepateikiant jokio papildomo turinio; Direktyvoje 2010/13 nenustatyta jokių televizijos reklamos formos apribojimų. Tuomet tokia reklama tampa panaši į informaciją apie programos rėmimą (rėmimo pranešimą, kaip nurodyta Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 2 dalyje).

3 — Pagal Direktyvos 2010/13 nuostatas rėmimas taip pat gali būti susijęs su kitomis audiovizualinės žiniasklaidos paslaugomis nei televizijos transliavimas, tačiau aiškumo sumetimais šioje išvadoje apsiribosiu tik televizijos programų rėmimo klausimais, nes būtent su tuo yra susiję nagrinėjami prejudiciniai klausimai. Dėl televizijos transliacijos ir kitų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų formų atskyrimo žr. mano išvadą byloje *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:434.

4 — Direktyvos 2010/13 10 straipsnyje pateikti ir kiti rėmimo apribojimai, tačiau jie neturi reikšmės šioje byloje.

5 — C-195/06, EU:C:2007:613.

32. Taigi, nors Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 2 dalyje nurodyta neįtraukti rėmimo pranešimų į reklamai skirtą transliacijos laiką, tai padaryta tik atsižvelgiant į jų informacinę funkciją. Ši funkcija išsemama iš direktyvos 10 straipsnio 1 dalies c punkto kylančiu įpareigojimu pateikti šiuos pranešimus remiamos programos pradžioje, pabaigoje arba jos metu. Kitu laiku transliuojama informacija, susijusi su rėmėju, neatlieka informavimo funkcijos, o atlieka tik reklaminę funkciją.

33. Kitaip tariant, rėmimo pranešimai, apie kuriuos kalbama Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 2 dalyje, yra tokie pranešimai, kurie skirti įvykdyti iš direktyvos 10 straipsnio 1 dalies c punkto kylančiam įpareigojimui. Pastaroji nuostata susijusi ne tiek su informacija apie remiamas programas, kiek su pačiomis šiomis programomis. Turi būti žymima būtent remiama programa, nes šis žymėjimas užtikrina, kad žiūrovas bus informuotas tiek, kiek tai būtina ir pakankama⁶. Taigi, direktyvos 23 straipsnio 2 dalyje esanti išimtis apima tik rėmimo pranešimus, apie kuriuos kalbama 10 straipsnio 1 dalies c punkte, t. y. remiamos programos pradžioje, pabaigoje arba jos metu transliuojamus pranešimus. Tačiau ši išimtis neapima informacijos apie kitais atvejais transliuojamų programų rėmimą, net jeigu ši informacija yra susijusi su remiamomis programomis, pavyzdžiui, pranešimais apie jas.

34. Tiesa, kaip savo pastabose šioje byloje pažymi Komisija, Teisingumo Teismas dėl Direktyvos 89/552/EB⁷ 17 straipsnio 1 dalies b punkto (Direktyvos 2010/13 10 straipsnio 1 dalies c punkto pirmtako) yra pripažinęs, kad pagal jį nėra apribota galimybė pateikti informaciją apie programos rėmimą tik šios programos pradžioje arba pabaigoje⁸. Vis dėlto ta byla buvo susijusi su galimybe transliuoti informaciją apie rėmimą remiamos programos laiku. Tačiau dabar teisės aktų leidėjas kažkuria prasme padarė „neaktualų“ šį sprendimą, nes Direktyvos 2010/13 11 straipsnio 1 dalies c punkte tokia galimybė aiškiai numatyta. Tačiau, mano nuomone, to sprendimo negalima aiškinti taip, kad kiekviena bet kuriuo metu transliuojama informacija apie programos rėmimą reiškia rėmimo pranešimą, kaip tai suprantama pagal direktyvos 23 straipsnio 2 dalį, ir jos nereikia įtraukti į reklamai skirtą laiką, apibrėžtą šio straipsnio 1 dalyje.

35. Atvirksčiai, tokį pranešimą, atsižvelgiant į jo reklaminę funkciją, reikia pripažinti televizijos reklama ir taikyti jam visus principus, kurie nustatyti šiai reklamai pagal Direktyvą 2010/13, taip pat ir dėl transliacijos laiko (23 straipsnio 1 dalis) ir atskyrimo nuo likusių programos dalių (19 straipsnio 1 dalis). Aiškinant kitaip galėtų būti piktnaudžiaujama direktyvos 23 straipsnio 2 dalyje numatyta išimtimi, nes pakaktų pakankamai dažnai transliuoti, pavyzdžiui, pranešimą apie remiamą programą, pažymėtą atitinkama informacija apie rėmėją, ir taip lengvai apeiti direktyvos 23 straipsnio 1 dalyje nustatytą reklamai skirto laiko apribojimą.

36. Atsižvelgdamas į tai, kas nurodyta pirmiau, siūlau Teisingumo Teismui į antrąją prejudicinę klausią atsakyti taip: Direktyvos 2010/13 10 straipsnio 1 dalies c punktą ir 23 straipsnio 2 dalį reikia aiškinti taip, kad informacija apie rėmimą, transliuojama kitu laiku nei remiamos programos pradžioje, jos metu arba pabaigoje, reiškia televizijos reklamą ir jai nėra netaikomas šios direktyvos 23 straipsnio 1 dalyje apibrėžtas reklamai skirto laiko apribojimas.

6 — Pagal Direktyvos 2010/13 10 straipsnio 1 dalies įvadinį sakinį „*remiamos <...> programos* turi atitikti šiuos reikalavimus“ (kursyvu išskirta mano).

7 — 1989 m. spalio 3 d. Tarybos direktyva 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). Direktyva 2010/13 kodifikuota Direktyva 89/552.

8 — Sprendimas *RTI ir kt.*, C-320/94, C-328/94, C-329/94 ir C-337/94–C-339/94, EU:C:1996:486, 43 punktas.

Dėl trečiojo klausimo

37. Trečiuoju prejudiciniu klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės siekia išsiaiškinti, ar Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad joje nustatytas reklamos transliacijos laiko apribojimas yra susijęs su pačia reklamos intarpų trukme, ar su visu reklamos transliacijai skirtu laiku (išskyrus šio straipsnio 2 dalyje nurodytus pranešimus), t. y. įskaitant pertraukas tarp atskirų reklamos intarpų.

38. Teisingumo Teismas jau yra priėmęs keletą sprendimų dėl laiko apskaičiavimo siekiant taikyti nuostatas, susijusias su televizijos reklama. Sprendime *ARD*⁹ Teisingumo Teismas nagrinėjo klausimą, ar Direktyvos 89/552 11 straipsnio 3 dalyje (šios nuostatos atitikmuo dabar yra Direktyvos 2010/13 20 straipsnio 2 dalis) esančios taisyklės, apibrėžiančios, kaip dažnai programos galima pertraukti reklama, yra susijusios su „grynąja“ programos trukme, ar su pačiu redakcinio turinio ilgiu, ar su „bendra“ trukme, t. y. įskaitant reklamos pertraukų trukmę.

39. Teisingumo Teismas, pirmiausia nusprendęs, kad pažodinis aiškinimas neleidžia aiškiai atsakyti į šį klausimą, pripažino, kad Direktyvos 89/552 tikslas užtikrinti tarpvalstybinę televizijos transliaciją reikalauja aiškinti nagrinėjamą nuostatą taip, kad transliuojant programą būtų leidžiama kuo daugiau reklamos pertraukų, t. y. taikyti „bendros“ programos trukmės principą¹⁰. Norint taikyti tokį aiškinimą šiai bylai, Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalį reikėtų aiškinti kuo laisviau, teigiant, kad šioje nuostatoje apibrėžta reklamai skirto laiko riba yra susijusi tik su pačių reklamos intarpų trukme ir neapima, pavyzdžiui, vadinamųjų juodųjų sekundžių.

40. Naujesnėje praktikoje Teisingumo Teismas vis dėlto atkreipė dėmesį ir į kitus tikslus, kurių buvo siekiama konkrečiomis Direktyvos 89/552 nuostatomis. Visų pirma Sprendime *Komisija / Ispanija*¹¹ Teisingumo Teismas, tiesiogiai nurodydamas Sprendimą *ARD*, priminė, jog šios direktyvos nuostatas reikia aiškinti taip, kad reklamos veiklos laisvė būtų suderinta su televizijos žiūrovų apsauga nuo perteklinės reklamos¹².

41. Visiškos ir tinkamos vartotojų, t. y. televizijos žiūrovų, interesų apsaugos tikslas kaip vienas iš Direktyvos 2010/13 tikslų nurodytas ir jos 83 konstatuojamojoje dalyje. Šios apsaugos reikšmę yra pabrėžęs ir Teisingumo Teismas, jau remdamasis Direktyva 2010/13, Sprendime *Sky Italia*¹³. Taigi, manau, kad Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti atsižvelgiant į tikslą apsaugoti televizijos žiūrovus nuo perteklinės reklamos ir taip, kad būtų galima suderinti, viena, finansinius televizijos transliuotojų ir įmonių, kuriuos reklamuoja, interesus ir, antra, televizijos žiūrovų interesus¹⁴.

42. Taigi, jeigu Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalyje nustatoma „reklamos intarpų“ transliacijos laiko riba, šios nuostatos negalima aiškinti pažodžiui, kad ši riba susijusi tik su šių intarpų trukme. Mano nuomone, teisės aktų leidėjas šioje nuostatoje pavartojo sąvoką „reklamos intarpai“ siekdamas atskirti šio pobūdžio reklamą nuo kitų komercinių audiovizualinių pranešimų formų, visų pirma savireklamos, rėmimo pranešimų ir prekių rodymo, kuriems pagal direktyvos 23 straipsnio 2 dalį transliacijos laiko apribojimas netaikomas.

9 — C-6/98, EU:C:1999:532.

10 — Sprendimas *ARD*, C-6/98, EU:C:1999:532, 28–32 punktai.

11 — C-281/09, EU:C:2011:767.

12 — Sprendimas *Komisija / Ispanija*, C-281/09, EU:C:2011:767, 48 ir 49 punktai. Taip pat žr. generalinio advokato Y. Bot išvadą byloje *Komisija / Ispanija*, C-281/09, EU:C:2011:216, 75 punktas.

13 — C-234/12, EU:C:2013:496, 17 punktas.

14 — Pagal analogiją žr. Sprendimą *Sky Italia*, C-234/12, EU:C:2013:496, 18 punktas.

43. Teisės aktų leidėjas taip pat neatsitiktinai apibrėžė reklamos transliacijos laiko ribą kaip viso transliacijos laiko dalį (20 % kiekvienos astronominės valandos). Taip transliacijos laikas skirstomas į reklamai (ir teleparduotuvei) skirtą laiką, kuris yra ne daugiau kaip 20 %, ir redakciniam turiniui ir galimai komerciniams pranešimams, kuriems netaikoma ši riba, skirtą laiką, kuris yra bent 80 %.

44. Taigi, akivaizdu, kad tam tikrą transliacijos laiko dalį, be pagrindinio pranešimo (t. y. reklamos tarpų reklamai skirtu laiku ir programų redakciniam turiniui skirtu laiku), užima techniniu požiūriu būtini elementai, pavyzdžiui, pranešimai, programų antraštės ar pertraukos tarp jų. Šiais elementais taip pat laikomos „juodosios sekundės“, atskiriančios atskirus reklamos interpus. Nors jos neįskaitomos į šių tarpų laiką *sensu stricto*, tačiau, kaip savo pastabose šioje byloje teisingai pažymi Suomijos ir Lenkijos vyriausybės, jų trukmė reiškia reklamai skirtą laiką, nes šios sekundės yra būtinos siekiant atskirti vieną reklamos tarpą nuo kito. Šiuo požiūriu „juodosios sekundės“ turi būti įskaitomos į Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalyje apibrėžtą reklamos transliavimo laiko ribą.

45. Panašiai yra kalbant apie optinius arba akustinius signalus, kuriais reklaminiai pranešimai yra atskiriami nuo redakcinio turinio. Tai nėra reklamos tarpai, tačiau jų transliavimas yra privalomas pagal Direktyvos 2010/13 19 straipsnio 1 dalies antrą sakinį. Taigi, šių signalų transliavimo laikas *sensu largo* yra reklamai skirtas laikas ir taip pat turi būti įskaitomas į Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalyje apibrėžtą ribą.

46. Kalbant apie reklamos atskyrimą erdviu būdu, ši riba apima visą laiką, kai ekrane yra išskiriama reklamai skirta dalis. Aišku, reklamai skirto laiko riba nėra keičiama ir sudaro 20 % laiko per valandą, net jeigu reklama yra transliuojama tik ekrano dalyje.

47. Atsižvelgdamas į tai, kas nurodyta pirmiau, siūlau Teisingumo Teismui į trečiąją prejudicinį klausimą atsakyti taip: Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad į šioje nuostatoje apibrėžtą laiko ribą įskaitomas laikas nuo optinio arba akustinio signalo, žyminčio reklamos pertraukos pradžią, pradžios iki optinio arba akustinio signalo, žyminčio šios pertraukos pabaigą, pabaigos. Jeigu reklama yra atskirta nuo likusių programos dalių erdviu būdu, ši riba apima visą laiką, kai ekrane išskiriama reklamai skirta dalis.

Baigiamoji pastaba: minimalus suderinimas ir nacionalinės teisės nuostatų skaidrumas

48. Pagal Direktyvos 2010/13 4 straipsnio 1 dalį valstybės narės audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjams, įskaitant jų jurisdikcijai priklausančius televizijos transliuotojus, gali taikyti išsamesnes arba griežtesnes nuostatas. Šią teisę savo praktikoje patvirtino Teisingumo Teismas, nurodydamas, kad pagal Direktyvą 2010/13 atliktas valstybių narių nuostatų derinimas yra minimalaus pobūdžio¹⁵. Atsižvelgiant į tai, jeigu Teisingumo Teismas nepritartų mano šioje byloje siūlomiems atsakymams į prejudicinius klausimus ir nuspręstų aiškinti nagrinėjamas Direktyvos 2010/13 nuostatas liberaliau, kultų klausimas, ar šios nuostatos draudžia valstybėms narėms nustatyti tokias taisykles, kurias Suomijos reguliavimo institucija taikė pagrindinėje byloje nagrinėjamu atveju.

49. Iš esmės manau, kad į šį klausimą reikia atsakyti neigiamai. Reikalavimas aiškiai žymėti reklaminis pranešimus, erdviškai atskirtus nuo likusių programos dalių, informacijos apie programos rėmimą transliavimo laiko ir vietos ribojimas ir reklamos transliacijos laiko ribos apskaičiavimas, atsižvelgiant į vadinamąsias juodąsias sekundes, atitiktų išsamesnių arba griežtesnių nuostatų sampratą ir jį apimtų direktyvos 4 straipsnio 1 dalyje valstybėms narėms numatyta teisė.

15 — Visų pirma žr. sprendimus *Leclerc-Siplec*, C-412/93, EU:C:1995:26, 29 ir 44 punktai, ir *Sky Italia*, C-234/12, EU:C:2013:496, 12 punktas.

50. Vis dėlto, visapusiškai gerbdamas valstybių narių teisinių sistemų autonomiją, manau, kad tokios išsamesnės arba griežtesnės nuostatos turi būti suformuluotos aiškiai. Tačiau nacionalinės teisės nuostatos, suformuluotos taip pat arba panašiai kaip Direktyvos 2010/13 nuostatos, nesant jokio aiškaus nukrypimo nuo jų, turi būti aiškinamos vienodai visoje Sąjungoje ir laikantis tokio jų aiškinimo, kurio nurodoma laikytis pagal Teisingumo Teismo praktiką. Tokiu atveju audiovizualinių paslaugų rinkoje veikiantys subjektai turi teisę tikėtis, kad nuostatos, suformuluotos panašiai kaip direktyvos nuostatos, bus aiškinamos vienodai ir nekintamai. Taigi, jeigu 4 straipsnio 1 dalis būtų taikoma tik nacionalinėje administracinėje ir teismų praktikoje, būtų pažeistas šių subjektų teisinis saugumas ir pagrindinis direktyvos tikslas suderinti valstybių narių nuostatas.

Išvada

51. Atsižvelgdamas į visus pateiktus svarstymus, siūlau Teisingumo Teismui į *Korkein hallinto-oikeus* pateiktus prejudicinius klausimus atsakyti taip:

1. 2010 m. kovo 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 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) 19 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad pats ekrano padalijimas į dalis, iš kurių viena skirta reklamai, nereiškia pakankamo šios reklamos atskyrimo nuo redakcinio turinio. Reklamai skirta ekrano dalis turi būti papildomai pažymėta naudojant optinį arba akustinį signalą reklaminių pranešimų sekos pradžioje ar pabaigoje arba pastoviu simboliu, rodomu tuo metu, kai ekranas yra padalytas. Šis signalas arba simbolis turi aiškiai rodyti transliuojamos informacijos pobūdį.
2. Direktyvos 2010/13 10 straipsnio 1 dalies c punktą ir 23 straipsnio 2 dalį reikia aiškinti taip, kad informacija apie rėmimą, transliuojama kitu laiku nei remiamos programos pradžioje, jos metu arba pabaigoje, reiškia televizijos reklamą ir jai nėra netaikomas tos direktyvos 23 straipsnio 1 dalyje apibrėžtas reklamai skirtas laikas apribojimas.
3. Direktyvos 2010/13 23 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad į šioje nuostatoje apibrėžtą laiką ribą įskaitomas laikas nuo optinio arba akustinio signalo, žyminčio reklamos pertraukos pradžią, pradžios iki optinio arba akustinio signalo, žyminčio šios pertraukos pabaigą, pabaigos. Jeigu reklama yra atskirta nuo likusių programos dalių erdviniu būdu, ši riba apima visą laiką, kai ekrane išskiriama reklamai skirta dalis.