



Ġabra tal-gurisprudenza

SENTENZA TAL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (Id-Disa' Awla)

21 ta' Frar 2018^{*i}

“Rinviju għal deċiżjoni preliminari – Libertà li jiġu pprovduti servizzi – Direttiva 2010/13/UE – Definizzjonijiet – Kuncett ta' ‘servizz tal-media awdjoviziva’ – Kamp ta' applikazzjoni – Kanal ta' vidjos promozzjonali għal mudelli ta' vetturi ġodda partikolari disponibbli fuq YouTube”

Fil-Kawża C-132/17,

li għandha bħala suġġett talba għal deċiżjoni preliminari skont l-Artikolu 267 TFUE, imressqa mill-Bundesgerichtshof (il-Qorti Federali tal-Ġustizzja, Il-Ġermanja), permezz ta' deċiżjoni tat-12 ta' Jannar 2017, li waslet fil-Qorti tal-Ġustizzja fl-14 ta' Marzu 2017, fil-proċedura

Peugeot Deutschland GmbH

vs

Deutsche Umwelthilfe eV,

IL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (Id-Disa' Awla),

komposta minn C. Vajda (Relatur), President tal-Awla, E. Juhász u C. Lycourgos, Imħallfin,

Avukat Ġenerali: H. Saugmandsgaard Øe,

Reġistratur: A. Calot Escobar,

wara li rat il-proċedura bil-miktub,

wara li kkunsidrat l-osservazzjonijiet ippreżentati:

- għal Peugeot Deutschland GmbH, minn C. Rohnke, T. Winter, L. Pechan u H. Prange, Rechtsanwälte,
- għal Deutsche Umwelthilfe eV, minn J. Schütt, Rechtsanwältin,
- għall-Kummissjoni Ewropea, minn G. Braun u K.-Ph. Wojcik, bħala aġenti,

wara li rat id-deċiżjoni, meħuda wara li nstema' l-Avukat Ġenerali, li l-kawża tinqata' mingħajr konkluzjonijiet

tagħti l-preżenti

* Lingwa tal-kawża: il-Ġermaniż.

Sentenza

- 1 It-talba għapl deċiżjoni preliminari tirrigwarda l-interpretazzjoni tal-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13/UE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill tal-10 ta' Marzu 2010 dwar il-koordinazzjoni ta' ċerti dispożizzjonijiet stabbiliti bil-ligi, b'regolament jew b'azzjoni amministrattiva fi Stati Membri dwar il-forniment ta' servizzi tal-media awdjoviżiva (Direttiva dwar is-Servizzi tal-Media awdjoviżiva) (ĠU 2010, L 95, p. 1)
- 2 Din it-talba tressqet fil-kuntest ta' kawża bejn Peugeot Deutschland GmbH u Deutsche Umwelthilfe eV dwar il-pubblikazzjoni minn Peugeot Deutschland GmbH, fuq kanal tal-vidjos li hija għandha fuq is-servizz online YouTube, ta' vidjo qasir li jikkonċerna mudell ġdid ta' vettura partikolari mingħajr ma ssemmi fih id-data marbuta mal-konsum uffiċjali tal-karburant u mal-emissjonijiet uffiċjali ta' CO2 relattivi għal dan il-mudell.

Il-kuntest ġuridiku

Id-dritt tal-Unjoni

- 3 Il-premessa 22 tad-Direttiva 2010/13 tiddikjara:

“Għall-għanijiet ta' din id-Direttiva, id-definizzjoni ta' servizzi tal-media awdjoviżiva għandha tkopri l-media tal-massa fil-funzjoni tagħhom li jagħtu informazzjoni, intratteniment u edukazzjoni lill-pubbliku ġenerali, u tinkludi l-komunikazzjoni kummerċjali awdjoviżiva iżda teskludi kwalunkwe forma ta' korrispondenza privata, bħalma huma l-posta elettronika mibgħuta lil numru limitat ta' riċevituri. Dik id-definizzjoni għandha teskludi wkoll is-servizzi li l-fini ewlieni tagħhom mhuwex dak li jipprovdu programmi, jiġifieri fejn kwalunkwe kontenut awdjoviżiv huwa purament incidentali għas-servizz u mhux il-fini prinċipali tiegħu [...]

- 4 L-Artikolu 1(1) ta' din id-direttiva jipprovdi:

“Għall-fini ta' din id-Direttiva, japplikaw id-definizzjonijiet li ġejjin:

- a) 'servizz tal-media awdjoviżiva' tfisser:

- i) servizz kif definit mill-Artikoli 56 u 57 tat-Trattat dwar il-Funzjonament tal-Unjoni Ewropea li huwa taħt ir-responsabbiltà editorjali ta' fornitur ta' servizzi tal-media u li l-fini prinċipali tiegħu huwa l-forniment ta' programmi sabiex jagħti informazzjoni, intratteniment jew edukazzjoni, lill-pubbliku ġenerali permezz ta' networks tal-komunikazzjoni elettronici fis-sens tal-punt (a) tal-Artikolu 2 tad-Direttiva 2002/21/KE. Tali servizz tal-media awdjoviżiva huwa jew xandira bit-televiżjoni kif definit fil-punt (e) ta' dan il-paragrafu jew servizz tal-media awdjoviżiva on-demand kif definit fil-punt (g) ta' dan il-paragrafu;
- ii) komunikazzjoni kummerċjali awdjoviżiva;

- b) 'programm' tfisser sett ta' immagini jiċċaqilqu bil-hoss jew mingħajru li jikkostitwixxi element individwali fi skeda jew katalogu stabbilit minn fornitur ta' servizzi tal-media u li l-forma u l-kontenut tiegħu huma komparabbli mal-forma u l-kontenut tax-xandir televiżiv. Eżempji ta' programmi jinkludu films prinċipali, avvenimenti sportivi, kummiedji sitwazzjonali, dokumentarji, programmi għat-tfal u drammi oriġinali;

[...]

e) 'xandir televiżiv' jew 'xandira televiżiva' (i.e. servizz tal-media awdjoviżiva lineari) tfisser servizz tal-media awdjoviżiv ipprovdut minn fornitur ta' servizzi tal-media għall-wiri simultanju ta' programmi abbażi ta' skeda ta' programmi;

[...]

g) 'servizz on-demand tal-media awdjoviżiva' (i.e. servizz tal-media awdjoviżiv non-lineari) tfisser servizz tal-media awdjoviżiva pprovdut minn fornitur ta' servizzi tal-media għall-wiri ta' programmi fil-mument magħżul mill-utent u fuq it-talba individwali tiegħu abbażi ta' katalogu ta' programmi magħżul mill-fornitur ta' servizzi tal-media;

h) 'komunikazzjoni kummerċjali awdjoviżiva' tfisser immaġini bil-ħoss jew mingħajru li huma mfasslin biex jippromwovu, direttament jew indirettament, il-prodotti, is-servizzi jew ix-xbieha ta' entità fiżika jew ġuridika li tkun qed twettaq attività ekonomika. Tali xbihat jakkumpanjaw jew huma inkluzi fi programm bi ħlas jew għal remunerazzjoni simili jew għal finijiet ta' promozzjoni tagħhom infushom. Forom ta' komunikazzjoni kummerċjali awdjoviżiva jinkludu, inter alia, reklamar televiżiv, sponsorizzazzjoni, teleshopping u tqegħid ta' prodotti;

[...]"

- 5 L-Artikolu 6 tad-Direttiva 1999/94/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill tat-13 ta' Diċembru 1999 relatata mad-disponibilità ta' tagħrif għall-konsumatur dwar l-ekonomija tal-karburanti u emissjonijiet tas-CO₂ rigward il-marketing ta' karożzi tal-passiġġieri ġodda (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 15, Vol. 5, p. 3), kif emendata bir-Regolament (KE) Nru 1137/2008 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill tat-22 ta' Ottubru 2008 (ĠU 2008, L 311, p. 1) (iktar 'il quddiem id-“Direttiva 1999/94”) huwa redatt kif ġej:

“L-Istati Membri għandhom jiżguraw li l-letteratura promozzjonali kollha jkun fiha d-data uffiċjali dwar il-konsum tal-karburant u dik uffiċjali speċifika dwar l-emissjonijiet tas-CO₂ tal-mudelli tal-karożzi tal-passiġġieri li għalihom din tirreferi skond il-ħtiġiet ta' l-Anness IV.

L-Istati Membri għandhom, fejn xieraq, jipprovdu materjal promozzjonali barra minn dak tal-letteratura promozzjonali msemmija hawn fuq li jindika d-d data uffiċjali dwar l-emissjoni tas-CO₂ d-data uffiċjali dwar il-konsum tal-karburant tal-mudell speċifiku tal-karożza li għalih jirreferi.”

- 6 Il-kunċett ta' “letteratura promozzjonali” huwa ddefinit fl-Artikolu 2(9) tad-Direttiva 1999/94 bħala “il-materjal kollu stampat użat fil-marketing, fir-reklamar u fil-promozzjoni ta' karożzi lill-pubbliku in ġenerali. Din tinkludi, bħala minimu, manwali tekniċi, fuljetti, reklami fil-gazzetti, rivisti, stampa kummerċjali u kartelluns”.
- 7 L-Artikolu 9(2)(c) ta' din id-direttiva jipprovdi li l-Kummissjoni għandha tadotta miżuri mmirati lejn “it-twaqqif ta' rakkomandazzjonijiet biex tiġi ffaċilitata l-applikazzjoni tal-prinċipji tad-dispożizzjonijiet dwar il-letteratura promozzjonali msemmija fl-ewwel paragrafu ta' l-Artikolu 6 [ta' din l-istess direttiva] lil medja u materjali oħra”.
- 8 Ir-Rakkomandazzjoni tal-Kummissjoni, tas-26 ta' Marzu 2003, dwar l-applikazzjoni tad-dispożizzjonijiet tad-Direttiva 1999/94 dwar il-letteratura promozzjonali għal medji oħra (ĠU 2003, L 82, p. 33) tiddikjara, fit-tieni inċiż tat-tieni paragrafu tal-paragrafu 4 tagħha, li hija ma tapplikax għas-servizz ta' xandir televiżiv koperti mill-Artikolu 1(a) tad-Direttiva tal-Kunsill 89/552/KEE tat-3 ta' Ottubru 1989 dwar il-koordinazzjoni ta' ċerti dispożizzjonijiet stabbiliti bil-liġi, b'regolament jew b'azzjoni amministrattiva fi Stati Membri dwar it-twetliq ta' attivitajiet ta' xandir bit-televiżjoni (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 6, Vol. 1, p. 224), kif emendata bid-Direttiva 97/36/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-30 ta' Gunju 1997 (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 6, Vol. 2, p. 321) u mhassra bid-Direttiva 2010/13.

- 9 L-Artikolu 1(a) tad-Direttiva 89/552, kif emendata bid-Direttiva 97/36, kien jiddefinixxi l-kunċett ta' "xandir bit-televizjoni". Wara l-emenda ulterjuri ta' din id-direttiva bid-Direttiva 2007/65/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tal-11 ta' Diċembru 2007 (ĠU 2007, L 332, p. 27), din id-dispożizzjoni kienet tipprovdi definizzjoni tal-kunċett ta' "servizz tal-media awdjoviżiva" li kienet essenzjalment identika għal dik prevista fl-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13.

Id-dritt Germaniż

- 10 L-Artikolu 5 tal-Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen (Pkw-ENVKV) (regolament dwar l-informazzjoni għall-konsomaturi dwar il-konsum tal-karburant, l-emissjonijiet ta' CO₂ u l-konsum tal-elettriku ta' vetturi godda partikolari), tat-28 ta' Mejju 2004 (BGBl. I, p. 1474, iktar 'il quddiem il-"Pkw-ENVKV"), jipprovdi:

"(1) Il-produtturi u l-bejjiegħa li jipproduċu, jitolbu li jiġu prodotti, jiddistribwixxu jew b'xi mod ieħor jużaw il-letteratura promozzjonali għandhom jiżguraw ruħhom li l-imsemmija dokumenti jkunu jinkludu informazzjoni dwar il-konsum uffiċjali ta' karburant u l-emissjonijiet speċifiċi uffiċjali ta' CO₂ tal-mudelli partikolari ta' vetturi godda skont it-Taqsima I tal-Anness 4.

(2) L-ewwel sentenza tal-paragrafu 1 tapplika mutatis mutandis:

1. għall-kontenut pubbliċitarju ddistribwit f'forma elettronika;
2. għar-reklamar iddisseminat permezz ta' għodod ta' arkivjar elettronici, manjetiċi jew ottiċi;

Huma esklużi is-servizzi ta' xadir u s-servizzi ttal-media awdjoviżiva fis-sens tal-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13 [...]."

Il-kawża prinċipali u d-domanda preliminari

- 11 Peugeot Deutschland tikkummerċjalizza fil-Ġermanja vetturi tal-marka Peugeot. Hija għandha kanal tal-vidjos fuq is-servizz online YouTube li fuqha hija ppubblikat, fis-17 ta' Frar 2014, vidjo ta' madwar 15-il sekonda intitolat "Peugeot RCZ R Experience: Boxer".
- 12 Deutsche Umwelthilfe pprezentat rikors kontra Peugeot Deutschland quddiem il-Landgericht Köln (il-Qorti Reġjonali ta' Köln, Il-Ġermanja), fejn sostniet li l-assenza, fl-imsemmi vidjo, ta' informazzjoni dwar il-konsum ta' karburant uffiċjali u l-emissjonijiet speċifiċi ta' CO₂ uffiċjali ta' mudell għdid ta' vettura li kienet għet ipprezentata fih kienet tmur kontra l-Artikolu 5(1) tal-Pkw-ENVKV.
- 13 L-imsemmija qorti laqgħet ir-rikors ta' Deutsche Umwelthilfe u l-Oberlandesgericht Köln (il-Qorti Reġjonali Superjuri ta' Köln, Il-Ġermanja) ċaħdet l-appell ipprezentat minn Peugeot Deutschland minn dik id-deċiżjoni.
- 14 Meta għet adita b'appell ta' reviżjoni mis-sentenza appellata, il-qorti tar-rinviju rrilevat li s-soluzzjoni tal-kawża prinċipali tiddependi fuq il-punt dwar jekk il-provvista fuq YouTube ta' kanal tal-vidjos promozzjonali għal mudelli ta' vetturi partikolari godda tikkostitwixxix "servizz tal-media awdjoviżiva" fis-sens tal-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13. Fil-fatt, li kieku dan kellu jkun minnu, Peugeot Deutschland tkun eżentata mill-obbligu, impost mill-Artikolu 5(1) tal-Pkw-ENVKV, li tipprovdi fl-imsemmija vidjos informazzjoni fuq il-konsum uffiċjali tal-karburant u l-emissjonijiet speċifiċi uffiċjali ta' CO₂ tal-mudelli kkonċernati, skont it-tieni parti tal-ewwel sentenza tal-paragrafu 2 ta' dan l-Artikolu 5. Din l-eżenzjoni tkun ibbażata fuq ir-Rakkomandazzjoni tal-Kummissjoni tas-

26 ta' Marzu 2003, dwar l-applikazzjoni tad-dispożizzjonijiet tad-Direttiva 1999/94 dwar il-letteratura promozzjonali għal medji oħra, filwaqt li din ir-rakkomandazzjoni hija min-naħa tagħha bbażata fuq il-punt (c) tal-ewwel paragrafu tal-Artikolu 9(2) ta' din id-direttiva.

- 15 Il-qorti tar-rinviju tqis li l-vidjo u l-kanal YouTube inkwistjoni fil-kawża prinċipali ma jikkostitwixxux “servizz tal-media awdjoviziva” fis-sens tal-Artikolu 1(1)(a)(i) tad-Direttiva 2010/13. Fil-fatt, għalkemm dan il-vidjo jista' jitqies bħala “programm”, fis-sens tal-imsemmi paragrafu 1(b), il-finalità prinċipali ta' dan il-kanal ma hijiex madankollu l-provvista ta' programmi sabiex tingħata informazzjoni, intratteniment jew edukazzjoni, lill-pubbliku ġenerali, kif jirrikjedi l-inċiż (a)(i) ta' dan l-istess paragrafu.
- 16 Fir-rigward tal-kwistjoni dwar jekk l-imsemmija vidjo u kanal jaqgħux taħt l-Artikolu 1(1)(a)(ii) tad-Direttiva 2010/13, il-qorti tar-rinviju tistaqsi, b'kont meħud tad-definizzjoni ta' “komunikazzjoni kummerċjali awdjoviziva” prevista fl-Artikolu 1(1)(h), jekk il-vidjo inkwistjoni fil-kawża prinċipali jiffurma parti minn “programm”, fis-sens tal-imsemmi paragrafu (b), paragunabbli ma' xandiriet televiżivi.
- 17 F'dawn iċ-ċirkustanzi, il-Bundesgerichtshof (il-Qorti Federali tal-Ġustizzja, Il-Ġermanja) iddeċidiet li tissospendi l-proċeduri quddiemha u li tagħmel lill-Qorti tal-Ġustizzja d-domanda preliminari li ġejja:

“Persuna li jkollha kanal ta' vidjos mas-servizz tal-internet YouTube, li fuqu l-utenti tal-internet jistgħu jaraw vidjos qosra ta' reklamar għal mudelli ta' karożzi godda tal-passiġġieri, tipprovdi servizz tal-media awdjoviziva fis-sens tal-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13/UE?”

Fuq id-domanda preliminari

- 18 Permezz tad-domanda tagħha, il-qorti tar-rinviju, essenzjalment tistaqsi jekk l-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13, għandux jiġi interpretat fis-sens li d-definizzjoni ta' “servizz tal-media awdjoviziva” tkopri kemm kanal tal-vidjos, bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali, li fuqu l-utenti tal-internet jistgħu jaraw vidjos qosra li jirreklamaw mudelli ta' vetturi partikolari godda, kif ukoll wiehed biss minn dawn il-vidjos meqjus b'mod iżolat.
- 19 F'dan ir-rigward, fl-ewwel lok, id-definizzjoni ta' “servizz tal-media awdjoviziva” prevista fl-Artikolu 1(1)(a)(i) ta' din id-direttiva tispeċifika, b'mod partikolari, li dan huwa servizz li jaqa' taħt ir-responsabbiltà editorjali ta' fornitur ta' servizzi tal-medji u li s-sugġett prinċipali tiegħu hija l-provvista ta' programmi sabiex tingħata informazzjoni, intratteniment jew edukazzjoni, lill-pubbliku ġenerali.
- 20 Dawn il-karatteristiċi tal-programmi li għax-xandir tagħhom id-Direttiva 2010/13 tipprovdi qafas regolatorju huma enfasizzati fil-premessa 22 ta' din tal-aħħar li tiddikjara li d-definizzjoni ta' servizz tal-media awdjoviziva għandha tkopri l-medji tal-massa bħala mezzi ta' informazzjoni, ta' intratteniment u ta' edukazzjoni tal-pubbliku ġenerali.
- 21 Issa, kanal tal-vidjos promozzjonali fuq is-servizz online YouTube, bħal dak li huwa s-sugġett tal-kawża prinċipali, ma jistax jitqies li għandu bħala l-ghan prinċipali tiegħu l-provvista ta' programmi sabiex tingħata informazzjoni, intratteniment jew edukazzjoni, lill-pubbliku ġenerali.
- 22 Fil-fatt, u mingħajr il-bżonn li jiġi ddeterminat jekk vidjo promozzjonali jikkostitwixxix programm, kif previst fl-Artikolu 1(1)(a)(i) tad-Direttiva 2010/13 u ddefinit fl-istess paragrafu 1(b), għandu jiġi kkonstatat li tali vidjo għandu l-ghan li jippromwovi, għal finijiet purament kummerċjali, il-prodott jew is-servizz ipprezentati.

- 23 F'dan ir-rigward, sa fejn vidjo promozzjonali jista' jinforma, jservi ta' intratteniment jew anki jeduka l-persuni li jarawh, kif issosnti Peugeot Deutschland, dan isir biss bl-għan ewlieni u bħala mezz sabiex jintlaħaq l-għan promozzjonali tal-vidjo inkwistjoni.
- 24 Għaldaqstant, anki jekk jiġi preżunt li kanal tal-vidjos promozzjonali fuq YouTube jista' jissodisfa l-kriterji l-oħra u karatteristiċi tas-servizz tal-media awdjoviziva msemmi fl-Artikolu 1(1)(a)(i) tad-Direttiva 2010/13, l-għan promozzjonali tiegħu huwa suffiċjenti sabiex jeskludih mill-kamp ta' applikazzjoni ta' din id-dispożizzjoni.
- 25 Din il-konkluzjoni ma hijiex ikkonfutata mid-dikjarazzjoni ta' Peugeot Deutschland li tali esklużjoni twassal għal inugwaljanza fit-trattament tal-vidjos promozzjonali tagħha meta mqabbla ma' programmi li ma għandhomx għanijiet pubbliċitarji, fatt li jmur kontra l-Artikolu 11 tal-Karta tad-Drittijiet Fundamentali tal-Unjoni li fih hemm sancita l-libertà tal-espressjoni u tal-informazzjoni.
- 26 F'dan ir-rigward, huwa suffiċjenti li jiġi rrilevat li l-argument li l-prinċipju ta' ugwaljanza fit-trattament jirrikjedi l-inkluzjoni ta' kanal tal-vidjos promozzjonali, bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali, fil-kamp ta' applikazzjoni tal-Artikolu 1(1)(a)(i) tad-Direttiva 2010/13 huwa bbażat fuq il-premessa skorretta li dawn il-vidjos jinsabu, fir-rigward tal-għan li huma jsegu, f'sitwazzjoni paragonabbli mal-programmi mhux promozzjonali.
- 27 Fit-tieni lok, is-servizz tal-medja awdjoviziva msemmi fl-Artikolu 1(1)(a)(ii) tad-Direttiva 2010/13 jikkonsisti f' "komunikazzjoni kummerċjali awdjoviziva". Imbagħad din hija ddefinita fl-imsemmi paragrafu 1(h) bħala "immaġini bil-ħoss jew mingħajru li huma mfasslin biex jippromwovu, direttament jew indirettament, il-prodotti, is-servizzi jew ix-xbieha ta' entità fiżika jew ġuridika li tkun qed twettaq attività ekonomika. Tali xbieha jakkumpanjaw jew huma inklużi fi programm bi hlas jew għal remunerazzjoni simili jew għal finijiet ta' promozzjoni tagħhom infushom. Forom ta' komunikazzjoni kummerċjali awdjoviziva jinkludu, inter alia, reklamar televiżiv, sponsorizzazzjoni, teleshopping u tqegħid ta' prodotti".
- 28 Issa, vidjo bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali ma jistax jitqies bħala li jakkumpanja programm jew li ġie inkluz fih bi hlas jew għal remunerazzjoni simili jew għal finijiet ta' promozzjoni. Fil-fatt, sa fejn kanal tal-vidjos, bħal dak li għandha Peugeot Deutschland, fih biss vidjos, bħall-vidjo inkwistjoni fil-kawża prinċipali, li huma elementi individwali u awtonomi minn xulxin, ma jistax jiġi sostnut validament li l-imsemmi vidjo jakkumpanja jew huwa inkluz fi programm, fis-sens tal-Artikolu 1(1)(h) tad-Direttiva 2010/13.
- 29 Barra minn hekk, l-argument ta' Peugeot Deutschland, li l-immaġni intizi għall-finijiet pubbliċitarji jinsabu kemm fil-bidu kif ukoll fl-aħħar tal-vidjo inkwistjoni fil-kawża prinċipali u, konsegwentement, jakkumpanjaw jew huma inklużi f'dan il-vidjo li jikkostitwixxi programm, ma jistax jintlaqa'.
- 30 Fil-fatt, ma jistax jitqies li l-leġislatur tal-Unjoni, billi uża l-kliem "takkumpanja" u "hi inkluz", fid-dawl tas-sens abitwali ta' dawn tal-aħħar, kien qiegħed jipprevedi immaġni individwali li jiffurmaw parti, jew li jikkonstitwixxu l-element essenzjali ta' programm. Issa, vidjo bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali huwa ta' natura promozzjonali fl-intier tiegħu u jkun artifiċjali li jiġi ddikjarat li huma biss l-immaġni li jinsabu fil-bidu jew fl-aħħar tiegħu li jsegu għanijiet pubbliċitarji.
- 31 Minn dan jirriżulta li, fid-dawl tal-ispeċifikazzjoni li komunikazzjoni kummerċjali awdjoviziva, kif iddefinita fl-Artikolu 1(1)(h) tad-Direttiva 2010/13, tikkonsisti f'immaġni li jakkumpanjaw jew huma inklużi fi programm, vidjo promozzjonali, bħal dak fil-kawża prinċipali, huwa eskluż mill-kamp ta' applikazzjoni tal-Artikolu 1(1)(a)(ii) ta' din id-direttiva.

- 32 Fid-dawl tal-kunsiderazzjonijiet preċedenti, jehtieg li tinghata risposta għad-domanda magħmula li l-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13, għandu jiġi interpretat fis-sens li d-definizzjoni ta' "servizz tal-media awdjoviżiva" la tkopri kanal tal-vidjos, bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali, li fuqu l-utenti tal-internet jistgħu jaraw vidjos promozzjonali qosra dwar mudelli ta' vetturi ġodda partikolari, u lanqas wiehed biss minn dawn il-vidjos meqjus b'mod iżolat.

Fuq l-ispejjeż

- 33 Peress li l-proċedura għandha, fir-rigward tal-partijiet fil-kawża prinċipali, in-natura ta' kwistjoni mqajma quddiem il-qorti tar-rinviju, hija din il-qorti li tiddeċiedi fuq l-ispejjeż. L-ispejjeż sostnuti għas-sottomissjoni tal-osservazzjonijiet lill-Qorti tal-Ġustizzja, barra dawk tal-imsemmija partijiet, ma jistgħux jithallsu lura.

Għal dawn il-motivi, Il-Qorti tal-Ġustizzja (Id-Disa' Awla) taqta' u tiddeċiedi:

L-Artikolu 1(1)(a) tad-Direttiva 2010/13 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill tal-10 ta' Marzu 2010 dwar il-koordinazzjoni ta' ċerti dispożizzjonijiet stabbiliti bil-liġi, b'regolament jew b'azzjoni amministrattiva fi Stati Membri dwar il-forniment ta' servizzi tal-media awdjoviżiva (Direttiva dwar is-Servizzi tal-Media awdjoviżiva), għandu jiġi interpretat fis-sens li d-definizzjoni ta' "servizz tal-media awdjoviżiva" la tkopri kanal tal-vidjos, bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali, li fuqu l-utenti tal-internet jistgħu jaraw vidjos promozzjonali qosra dwar mudelli ta' vetturi ġodda partikolari, u lanqas wiehed biss minn dawn il-vidjos meqjus b'mod iżolat.

Firem

i — Fil-kliem gwida u fil-punt 14 ta' dan it-test saret modifika ta' natura lingwistika, wara li kien tqiegħed online għal-ewwel darba.