



Repertoriul jurisprudenței

Cauza C-132/17

**Peugeot Deutschland GmbH
împotriva
Deutsche Umwelthilfe eV**

(cerere de decizie preliminară formulată de Bundesgerichtshof)

„Trimitere preliminară – Libera prestare a serviciilor – Directiva 2010/13/UE – Definiții – Noțiunea «serviciu mass-media audiovizual» – Domeniu de aplicare – Canal video promoțional pentru modele de autoturisme noi disponibil pe YouTube”

Sumar – Hotărârea Curții (Camera a noua) din 21 februarie 2018

Libera prestare a serviciilor — Activități de difuzare a programelor de televiziune — Directiva 2010/13 — Domeniu de aplicare — Serviciu mass-media audiovizual — Noțiune — Canal video promoțional pentru modele de autoturisme noi disponibil pe YouTube — Un singur material video promoțional — Excludere

[Directiva 2010/13 a Parlamentului European și a Consiliului, art. 1 alin. (1) lit. (a), (b) și (h)]

Articolul 1 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) trebuie interpretat în sensul că definiția noțiunii „serviciu mass-media audiovizual” nu include nici un canal video precum cel în discuție în litigiul principal, pe care utilizatorii de internet pot consulta materiale video promoționale de scurtă durată pentru modele de autoturisme noi, și nici doar unul dintre aceste materiale video luat în considerare separat.

În această privință, în primul rând, în definiția noțiunii „serviciu mass-media audiovizual”, prevăzută la articolul 1 alineatul (1) litera (a) punctul (i) din această directivă, se precizează, printre altele, că este vorba despre un serviciu care se află sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media și al cărui scop principal este furnizarea de programe în scop informativ, de divertisment sau educativ, pentru publicul larg.

Or, nu se poate considera că un canal video promoțional în cadrul serviciului online YouTube, precum cel care face obiectul litigiului principal, are drept scop principal furnizarea de programe în scop informativ, de divertisment sau educativ pentru publicul larg.

Astfel, și fără a fi necesar să se stabilească dacă un material video promoțional este un program, în sensul articolului 1 alineatul (1) litera (a) punctul (i) din Directiva 2010/13 și după cum este definit la același alineat 1 litera (b), trebuie să se constate că un asemenea material video are obiectivul de a promova în scop pur comercial produsul sau serviciul prezentat.

În al doilea rând, serviciul mass-media audiovizual menționat la articolul 1 alineatul (1) litera (a) punctul (ii) din Directiva 2010/13 constă într-o „comunicați[e] comercial[ă] audiovizual[ă]”. Aceasta este definită, la rândul său, la respectivul alineat (1) litera (h) ca fiind imaginea cu sau fără sunet care este destinată să promoveze, direct sau indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei persoane fizice sau juridice care desfășoară o activitate economică. Imaginile respective însoțesc sau sunt incluse într-un program în schimbul unei plăți sau al unei retribuiții similare sau în scopul autopromovării. Formele de comunicații comerciale audiovizuale includ, printre altele, publicitatea televizată, sponsorizarea, teleshopping și poziționarea de produse”.

Or, nu se poate considera că un material video precum cel în discuție în litigiul principal însoțește sau este inclus într-un program în schimbul unei plăți sau al unei retribuiții similare sau în scopul autopromovării.

(a se vedea punctele 19, 21, 22, 27, 28 și 32 și dispozitivul)