



# Zbierka súdnych rozhodnutí

NÁVRHY GENERÁLNEJ ADVOKÁTKY  
JULIANE KOKOTT  
z 13. júla 2023<sup>1</sup>

**Vec C-255/21**

**Reti Televisive Italiane SpA (RTI)**  
**proti**  
**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni,**  
**za účasti:**  
**Elemedia SpA,**  
**Radio Dimensione Suono SpA,**  
**RTL 102, 5 Hit Radio s.r.l.**

[návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podala Consiglio di Stato (Štátna rada, Taliansko)]

„Návrh na začatie prejudiciálneho konania – Audiovizuálne mediálne služby – Smernica 2010/13/EÚ – Televízna reklama – Článok 23 – Maximálny vysielač čas pre televíznu reklamu – Výnimka pre oznamy, ktoré vysielač odvysielal v súvislosti s vlastnými programami – Reklama na rozhlasovú stanicu patriacu do rovnakej vysielač skupiny“

## I. Úvod

1. Môže reklama vysielača pre rozhlasovú stanicu tej istej vysielač skupiny predstavovať „oznam, ktorý vysielač odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice 2010/13/EÚ o audiovizuálnych mediálnych službách<sup>2</sup> a ako taká byť vyňatá zo započítania do maximálneho vysielač času televíznej reklamy podľa tejto smernice? To je v podstate otázka, na ktorú musí Súdny dvor odpovedať v rámci tohto prejudiciálneho konania.

<sup>1</sup> Jazyk prednesu: nemčina.

<sup>2</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) (kodifikované znenie) (Ú. v. EÚ L 95, 2010, s. 1).

## II. Právny rámec

### A. Právo Únie

2. Rámec práva Únie v tomto prípade predstavuje smernica 2010/13 v pôvodnom znení (ďalej len „smernica 2010/13 v pôvodnom znení“) (časť 1). Okrem toho sa vnútroštátny súd pýta na relevantnosť smernice (EÚ) 2018/1808, ktorou sa mení smernica 2010/13 s ohľadom na meniace sa podmienky na trhu<sup>3</sup> pre prejednávajúcu vec, hoci zmeny zavedené touto smernicou do smernice 2010/13 nie sú uplatniteľné vo veci samej (časť 2).

#### 1. Smernica 2010/13

3. Odôvodnenia 5, 21 až 23, 25, 41, 83, 87, 96 a 97 smernice 2010/13 v pôvodnom znení vo výňatkoch znejú takto:

„(5) Audiovizuálne mediálne služby sú rovnako kultúrnymi, ako aj hospodárskymi službami. Ich narastajúci význam pre spoločnosť, demokraciu – najmä prostredníctvom zabezpečenia slobody informácií, rozmanitosti názorov a plurality médií –, vzdelávanie a kultúru odôvodňuje uplatňovanie osobitných pravidiel na tieto služby.

...

(21) Na účely tejto smernice by definícia audiovizuálnych mediálnych služieb mala zahŕňať... služby, ako ich definuje Zmluva o fungovaní Európskej únie, a preto by sa mal vzťahovať na všetky formy hospodárskych činností vrátane výkonov verejnej služby...

(22) Na účely tejto smernice by definícia audiovizuálnych mediálnych služieb mala zahŕňať masovokomunikačné prostriedky v ich funkcii informovať, zabávať a vzdelávať širokú verejnosť a mala by zahŕňať audiovizuálny komerčný oznam... Táto definícia by sa nemala vzťahovať ani na všetky služby, ktorých hlavný účel nie je poskytovanie programov, čiže také, kde audiovizuálny obsah je len vedľajším doplnkom služby a nie jej hlavným účelom. Príkladmi sú internetové stránky, ktoré obsahujú audiovizuálne prvky slúžiace len na doplnenie; sú to napríklad animované grafické prvky, krátke reklamné spoty alebo informácie týkajúce sa nejakého produktu či neaudiovizuálnej služby. ...

(23) Na účely tejto smernice by sa pojem „audiovizuálny“ mal vzťahovať na pohybujúce sa obrázky so zvukom alebo bez zvuku, takže zahŕňa nemé filmy, ale nevzťahuje sa na zvukové prenosy alebo rozhlasové služby. ...

...

(25) Pre definíciu úlohy poskytovateľa mediálnych služieb, a tým aj pre definíciu audiovizuálnych mediálnych služieb je najpodstatnejší pojem redakčnej zodpovednosti. ...

...

<sup>3</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1808 zo 14. novembra 2018, ktorou sa mení smernica 2010/13/EÚ o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) s ohľadom na meniace sa podmienky na trhu (Ú. v. EÚ L 303, 2018, s. 69).

(41) Členské štáty by však mali mať možnosť uplatniť podrobnejšie alebo prísnejšie pravidlá v oblastiach koordinovaných touto smernicou voči poskytovateľom audiovizuálnych mediálnych služieb, ktorí patria pod ich právomoc, a zároveň zabezpečiť, aby boli tieto pravidlá v súlade so všeobecnými zásadami práva Únie. ...

...

(83) Aby sa zabezpečilo, že záujmy spotrebiteľov ako televíznych divákov sú plne a riadne chránené, je dôležité pre televíznu reklamu, aby podliehala určitému počtu minimálnych pravidiel a noriem a aby si členské štáty zachovali právo na stanovenie podrobnejších a prísnejších pravidiel a za určitých okolností na ustanovenie podmienok pre prevádzkovateľov televízneho vysielania, na ktorých sa vzťahuje ich právomoc.

...

(87) Malo by sa ustanoviť obmedzenie televíznych reklamných a telenákupných spotov na 20 % v rámci jednej hodiny, a to aj počas hlavného vysielacieho času. Pojem televízny reklamný spot by sa mal chápať ako televízna reklama v zmysle článku 1 ods. 1 bodu i), s trvaním najviac 12 minút.

...

(96) Je nevyhnutné vysvetliť, že činnosti vlastnej propagácie sú zvláštnou formou reklamy, v ktorej prevádzkovateľ vysielania propaguje svoje vlastné výrobky, služby, programy alebo televízne kanály. Najmä koncové záznamy pozostávajúce z výňatkov z programov treba pokladať za programy.

(97) Denný vysielací čas pridelený pre oznamy, ktoré prevádzkovateľ vysielania vykonáva v súvislosti s jeho vlastnými programami a podružnými produktmi, ktoré sa odvodzujú priamo od nich, alebo pre oznamy o verejných službách a pre vysielania výziev na dobročinné účely, ktoré sú bezodplatné, nemal by byť zahrnutý do maximálneho počtu denného alebo hodinového vysielacieho času, ktorý je možné prideliť pre reklamu a televíznu ponuku tovarov (teleshopping).“

4. Článok 1 smernice 2010/13 v pôvodnom znení obsahuje vymedzenie pojmov a výňatok jeho odseku 1 znie takto:

„1. Na účely tejto smernice sa uplatnia tieto definície

a) „audiovizuálna mediálna služba“ je:

i) služba, ako ju vymedzujú články 56 a 57 Zmluvy o fungovaní Európskej únie, za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ mediálnej služby a ktorej hlavným účelom je poskytovanie programov s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť...

ii) audiovizuálny komerčný oznam;

- b) ‚program‘ je súbor pohybujúcich sa obrazov so zvukom alebo bez zvuku predstavujúci samostatnú položku v rámci programovej skladby alebo katalógu, ktorý zostavil poskytovateľ mediálnej služby a ktorého forma a obsah sú porovnateľné s formou a obsahom televízneho vysielania. Príklady programov zahŕňajú kinematografické dlhometrážne filmy, športové podujatia, situačné komédie, dokumentárne filmy, detské programy a pôvodné televízne hry;
- c) ‚redakčná zodpovednosť‘ znamená vykonávanie účinnej kontroly nad výberom programov a nad ich usporiadaním do chronologickej štruktúry v prípade televízneho vysielania alebo v prípade audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie do katalógu programov. Redakčná zodpovednosť nevyhnutne neznamená akúkoľvek právnu zodpovednosť podľa vnútroštátneho práva za poskytovaný obsah alebo služby;
- d) ‚poskytovateľ mediálnych služieb‘ je fyzická alebo právnická osoba, ktorá má redakčnú zodpovednosť za výber audiovizuálneho obsahu audiovizuálnej mediálnej služby a určuje spôsob, akým je organizovaná;
- e) ‚televízne vysielanie‘ alebo ‚televízna relácia‘ (t. j. lineárna audiovizuálna mediálna služba) je audiovizuálna mediálna služba poskytovaná poskytovateľom mediálnej služby pre simultánne sledovanie programov na základe programovej štruktúry;
- f) ‚vysielateľ‘ je poskytovateľ mediálnej služby, ktorou je televízne vysielanie;
- ...
- h) ‚audiovizuálne komerčné oznamy‘ sú obrazy so zvukom alebo bez zvuku, ktoré sú určené na priame alebo nepriame propagovanie tovaru, služieb alebo dobrého mena fyzickej alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť. Takéto obrazy sprevádzajú alebo sú zahrnuté do programu za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie. Formy audiovizuálneho komerčného oznamu zahŕňajú okrem iného televíznu reklamu, sponzorovanie, telenákup a umiestňovanie produktov;
- i) ‚televízna reklama‘ je akákoľvek forma vysielania oznamov za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo vysielanie na účely vlastnej propagácie verejným alebo súkromným podnikom alebo fyzickou osobou v súvislosti s obchodovaním, podnikaním, remeslom alebo povoláním s cieľom podporiť odbyt tovarov alebo služieb vrátane nehnuteľného majetku, práv a záväzkov za odplatu;

...“

#### 5. Článok 4 ods. 1 smernice 2010/13 v pôvodnom znení:

„1. Členské štáty majú naďalej možnosť požadovať od poskytovateľov mediálnych služieb, na ktorých sa vzťahuje ich právomoc, aby dodržiavali podrobnejšie alebo prísnejšie pravidlá v oblastiach koordinovaných touto smernicou za predpokladu, že tieto pravidlá sú v súlade s právom Únie.“

#### 6. V článku 23 smernice 2010/13 v pôvodnom znení sa stanovuje:

„1. Podiel televíznych reklamných spotov a telenákupných spotov v rámci príslušnej hodiny neprekročí 20 %.

2. Odsek 1 sa nevzťahuje na oznamy, ktoré vysielateľ vysiela v súvislosti so svojimi vlastnými programami, na doplnkové produkty, ktoré sa od nich priamo odvodzujú, na sponzorské odkazy ani na umiestňovanie produktov.“

## 2. Smernica 2018/1808

7. Smernica 2018/1808 zmenila niektoré časti smernice 2010/13. Odôvodnenia 1, 3 a 43 tejto smernice vo výňatkoch znejú:

„(1) Posledná podstatná zmena smernice Rady 89/552/EHS, následne kodifikovaná smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ, sa uskutočnila v roku 2007 prijatím smernice Európskeho parlamentu a Rady 2007/65/ES. Odvtedy sa trh audiovizuálnych mediálnych služieb výrazne a závratným tempom zmenil v dôsledku prebiehajúcej konvergenencie televíznych a internetových služieb. ...

...

(3) Smernica 2010/13/EÚ by sa mala naďalej uplatňovať len na tie služby, ktorých hlavným účelom je poskytovanie programov s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať. Hlavný požadovaný účel by sa tiež mal považovať za splnený, ak má služba audiovizuálny obsah a formu, ktoré sú oddeliteľné od hlavnej činnosti poskytovateľa služby, ako sú samostatné časti online novín s audiovizuálnymi programami alebo videá vytvorené používateľmi, pričom tieto časti možno považovať za oddeliteľné od ich hlavnej činnosti. Služba by sa mala považovať len za neoddeliteľný doplnok hlavnej činnosti na základe prepojenia medzi audiovizuálnou ponukou a hlavnou činnosťou, ako napríklad poskytovanie spravodajstva v písomnej forme. ...

...

(43) Vysielací čas vyhradený pre oznamy vysielateľa v súvislosti s jeho vlastnými programami a vedľajšími produktmi, ktoré sú od týchto programov priamo odvodené, alebo pre oznamy o verejných službách a pre vysielania výziev na dobročinné účely, ktoré sú bezodplatné s výnimkou nákladov vzniknutých v súvislosti s vysielaním takých výziev, by nemal byť zahrnutý do maximálnej dĺžky vysielacieho času, ktorý je možné vyhraďiť pre televíznu reklamu a telenákup. Okrem toho sú mnohí vysielatelia súčasťou väčších vysielacích skupín a vysielajú oznámenia nielen v súvislosti s ich vlastnými programami a vedľajšími produktmi, ktoré sú od týchto programov priamo odvodené, ale aj v súvislosti s programami a audiovizuálnymi mediálnymi službami ostatných subjektov patriacich do tej istej vysielacej skupiny. Vysielací čas vyhradený pre takéto oznamy by tiež nemal byť zahrnutý do maximálnej dĺžky vysielacieho času, ktorý je možné vyhraďiť pre televíznu reklamu a telenákup.“

8. Článok 1 ods. 1 písm. b) smernice 2010/13, zmenený smernicou 2018/1808, znie takto:

„Na účely tejto smernice sa uplatnia tieto definície

...

b) „program“ je súbor pohybujúcich sa obrazov so zvukom alebo bez zvuku predstavujúci bez ohľadu na jeho trvanie samostatnú položku v rámci programovej skladby alebo katalógu, ktorý zostavil poskytovateľ mediálnych služieb, vrátane kinematografických dlhometrážnych filmov, videoklipov, športových podujatí, situačných komédií, dokumentárnych filmov, detských programov a pôvodných televíznych hier;“

9. Článok 23 smernice 2010/13 po zmene zavedenej smernicou 2018/1808 má nasledujúce znenie:

„1. Podiel televíznych reklamných spotov a telenákupných spotov v čase medzi 6.00 hod. a 18.00 hod. neprekročí 20 % tohto času. Podiel televíznych reklamných spotov a telenákupných spotov v čase medzi 18.00 hod. a 24.00 hod. nesmie prekročiť 20 % tohto času.

2. Odsek 1 sa nevzťahuje na:

a) oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami a vedľajšími produktmi, ktoré sú priamo odvodené z týchto programov, alebo s programami a audiovizuálnymi mediálnymi službami iných subjektov patriacich k tej istej vysielacej skupine;

b) sponzorské odkazy;

c) umiestňovanie produktov;

d) neutrálne okná medzi redakčným obsahom a televíznymi reklamnými alebo telenákupnými spotmi a medzi jednotlivými spotmi.“

## ***B. Talianske právo***

10. Decreto legislativo del 31 luglio 2005, n. 177 – Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (legislatívny dekrét č. 177/2005 z 31. júla 2005 – Jednotný text o audiovizuálnych a rozhlasových mediálnych službách) (ďalej len „legislatívny dekrét č. 177/2005“) stanovuje vo svojom článku 38 ods. 2, že vysielanie televíznych reklamných spotov inými vysielateľmi voľne dostupného televízneho vysielania v celej krajine – aj analógového – ako je držiteľka licencie na verejnoprávne vysielanie, nesmie prekročiť 15 % denného vysielacieho času a 18 % za celú hodinu; každé prekročenie, ktoré v žiadnom prípade nesmie prekročiť 2 % za hodinu, musí byť kompenzované v predchádzajúcej alebo nasledujúcej hodine.

11. Článok 38 ods. 6 legislatívneho dekrétu č. 177/2005 stanovuje, že uvedený odsek 2 sa nevzťahuje na oznamy vysielateľa, a to aj v analógovej oblasti, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami a vedľajšími produktmi, ktoré sú priamo odvodené z týchto programov, sponzorské odkazy a umiestňovanie produktov.

12. Článok 52 legislatívneho dekrétu č. 177/2005 upravuje sankcie za porušenie jeho článku 38.

### III. Skutkový stav a prejudiciálne otázky

13. Spoločnosť Reti Televisive Italiane s.p.a. (ďalej len „RTI“) je vlastníčkou televíznych kanálov „Canale 5“, „Italia 1“ a „Rete 4“. Vlastní aj 80 % akcií spoločnosti Monradio Srl, ktorá prevádzkuje rozhlasovú stanicu „R101“; zvyšných 20 % akcií vlastní iná spoločnosť patriaca do tej istej vysielacej skupiny.

14. Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, taliansky orgán pre dohľad nad vysielaním, tromi rozhodnutiami z 19. decembra 2017, ktoré boli doručené 8. januára 2018 a ktoré sa týkali kanálov „Canale 5“, „Italia 1“ a „Rete 4“, uložil spoločnosti RTI sankcie za porušenie maximálneho vysielacieho času pre reklamu povoleného vnútroštátnymi právnymi predpismi na základe článku 38 ods. 2 a článku 52 legislatívneho dekrétu č. 177/2005. Pritom zahrnul reklamu, ktorá bola vysielaná v programoch „Canale 5“, „Italia 1“ a „Rete 4“ a ktorá propagovala rozhlasovú stanicu „R101“.

15. RTI podala tri samostatné, ale obsahovo rovnaké žaloby proti trom vyššie uvedeným rozhodnutiam na Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (Regionálny správny súd pre Lazio, Taliansko, ďalej len „TAR“). Podľa názoru RTI sa oznamy troch jej televíznych staníc týkali len prezentácie programov „R101“, a preto mali byť kvalifikované ako oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami, ktoré podľa článku 38 ods. 6 legislatívneho dekrétu č. 177/2005 nemohli byť zahrnuté do maximálneho hodinového vysielacieho času určeného pre reklamu.

16. Na druhej strane TAR zastával názor, že oznamy na programy rozhlasového vysielateľa nemôžu byť oznamami, ktoré televízny vysielateľ odvysielal v súvislosti s „vlastnými programami“, aj keď tento rozhlasový vysielateľ patrí do rovnakej skupiny spoločností ako televízny vysielateľ. V dôsledku toho žaloby RTI zamietol.

17. RTI sa následne odvolala na vnútroštátny súd, Consiglio di Stato (Štátna rada, Taliansko).

18. V prvom rade podľa RTI skutočnosť, že „R101“ patrila inej spoločnosti ako ona, bola irelevantná, keďže obe patrili do tej istej skupiny spoločností. Rozhodujúcim faktorom pre uplatniteľnosť výnimky pre vlastnú propagáciu do počítania maximálneho vysielacieho času pre reklamu bola hospodárska jednota mediálnej skupiny, a nie početnosť právnych subjektov.

19. Okrem toho je v súčasnosti rozšírená prax vlastnej propagácie „naprieč médiami“ medzi televíznymi, rozhlasovými a internetovými službami. Potvrďuje to aj odôvodnenie 43 smernice 2018/1808 a zmena článku 23 ods. 2 písm. a) smernice 2010/13 vykonaná touto smernicou. Aj keď táto zmena ešte nie je uplatniteľná v prejednávanej veci, je stále relevantná pre výklad predtým platného práva.

20. Za týchto okolností Consiglio di Stato (Štátna rada, Taliansko) uznesením z 25. marca 2021, ktoré bolo doručené Súdnemu dvoru 21. apríla 2021, rozhodla prerušiť konanie a položiť nasledujúce prejudiciálne otázky:

- a) Možno na účely právnej úpravy Únie vo veci zákazu prekročenia časového rozsahu vysielanej reklamy, so zreteľom na všeobecný význam, ktorý má v práve Európskej únie pojem skupina alebo jediný hospodársky subjekt a ktorý možno odvodiť z viacerých prameňov práva hospodárskej súťaže (pokiaľ ide o prejednávanú vec, zo spomenutého odôvodnenia 43 smernice 2018/1808/EÚ a z nového znenia článku 23 smernice 2010/13/EÚ), a bez toho, aby

bol dotknutý existujúci rozdiel v rámci talianskeho vnútroštátneho práva, pokiaľ ide o druhy oprávnení na prevádzkovanie vysielania, ktoré článok 5 ods. 1 písm. b) legislatívneho dekrétu č. 177/2005 stanovuje zvlášť pre televíznych a rozhlasových vysielateľov, prijať ako konformný výklad s právom Únie taký výklad vnútroštátneho práva v oblasti rozhlasového a televízneho vysielania, ktorý z článku 1 ods. 1 písm. a) uvedeného legislatívneho dekrétu č. 177/2005 v znení platnom od 30. marca 2010 (v rámci vykonania smernice 2007/65/ES) vyvodzuje, že proces približovania medzi rôznymi formami komunikácie (elektronické komunikácie, redakčná činnosť, vrátane elektronickej redakčnej činnosti, a internet používaný vo všetkých podobách) je, *a fortiori*, prospešný medzi poskytovateľmi televíznych a rozhlasových mediálnych služieb, najmä, ak sú títo prevádzkovatelia už spojení do skupín navzájom prepojených spoločností, a všeobecne platí, s príslušnými dôsledkami na otázky výkladu článku 38 ods. 6 uvedeného legislatívneho dekrétu, že vysielateľom môže byť aj skupina ako jediný hospodársky subjekt, alebo sa, naopak, podľa vyššie uvedených zásad práva Únie a vzhľadom na autonómiu právnej úpravy zákazu prekročiť maximálny časový rozsah vysielanej reklamy od všeobecného práva hospodárskej súťaže zakazuje priznávať význam – pred rokom 2018 – skupinám a vyššie uvedenému procesu približovania a takzvaného spájania naprieč médiami, v dôsledku čoho sa na účely výpočtu ukazovateľa prekročenia časového rozsahu vysielanej reklamy zohľadňuje iba jediný vysielateľ, hoci zapojený do skupiny (a to z dôvodu, že na uvedený význam skupiny sa odkazuje iba v konsolidovanom znení článku 23 smernice 2010/13/EÚ, ktorý sa zmenil a doplnil na základe smernice 2018/1808/EÚ)?

- b) Možno s ohľadom na spomenuté zásady práva Európskej únie týkajúce sa skupín a podniku ako hospodárskej jednotky na účely zákazu prekročiť maximálny časový rozsah vysielanej reklamy a z hľadiska uvedeného vývoja znenia citovaného článku 23, bez toho, aby bol dotknutý vyššie uvedený rozdiel, pokiaľ ide o druhy oprávnení na prevádzkovanie vysielania, vyvodíť aj z protisúťažných právnych predpisov integrovaného systému komunikácií podľa článku 43 legislatívneho dekrétu č. 177/2005 význam pojmu skupinový „dodávateľ mediálnych služieb“ (alebo, podľa slov odvolateľky: skupinové mediálne podnikanie), a to na účely oslobodenia oznamov týkajúcich sa propagácie naprieč médiami v rámci skupiny od obmedzenia časového rozsahu vysielanej reklamy stanoveného v článku 38 ods. 6 uvedeného legislatívneho dekrétu č. 177/2005, alebo je takýto význam skupiny pred rokom 2018, naopak, potrebné vylúčiť vzhľadom na autonómiu práva hospodárskej súťaže v oblasti televízneho vysielania vo vzťahu k právnej úprave obmedzenia časového rozsahu vysielanej reklamy?
- c) Má nové znenie článku 23 ods. 2 písm. a) smernice 2010/13/EÚ deklaratórny charakter, pokiaľ ide o predtým existujúcu zásadu práva hospodárskej súťaže o význame skupín, alebo ide o inovatívne ustanovenie, to znamená, že opisuje, v prvom prípade, právny stav, ktorý je vlastný právu Únie – čiže vzťahuje sa aj na prípad v prejednávanej veci, ktorý predchádzal novému zneniu predmetného článku, a má mať vplyv na výklad vnútroštátneho regulačného orgánu, ktorému v každom prípade ukladá povinnosť uznať pojem skupinového „poskytovateľa mediálnych služieb“, alebo bráni, v druhom prípade, uznaniu významu skupín spoločností, pokiaľ ide o situácie, ktoré nastali pred zavedením uvedeného nového znenia, pretože z hľadiska časovej pôsobnosti sa vzhľadom na svoj inovatívny význam nevzťahuje na prípady pred nadobudnutím účinnosti nového znenia?
- d) Predstavujú vzťahy v rámci integrácie televízneho a rozhlasového vysielania posudzované všeobecne z hľadiska práva hospodárskej súťaže, napriek a nad rámec systému oprávnení na prevádzkovanie vysielania stanoveného v článku 5 legislatívneho dekrétu č. 177/2005 a inovatívneho charakteru článku 23 zavedeného v roku 2018, čiže v prípade, že toto nové



ustanovenie nemá deklaratórny, ale inovatívny význam v súlade s otázkou uvedenou v písmene c) vyššie, a to vzhľadom na všeobecnú a multidisciplinárnu povahu pojmov hospodársky subjekt a skupina, kľúčový prvok, so zreteľom na ktorý sa má vykladať obmedzenie časového rozsahu vysielanej reklamy, ktoré sa preto v každom prípade upravuje s implicitným ohľadom na podnikanie skupiny (alebo, presnejšie, na vzájomné vlastnícke vzťahy medzi spoločnosťami v rámci skupiny) a na funkčnú jednotu takýchto spoločností, tak, aby sa v rámci skupiny umožnila vzájomná propagácia televíznych a rozhlasových programov, alebo, naopak<sup>4</sup>, sú uvedené integračné vzťahy v oblasti obmedzenia časového rozsahu vysielanej reklamy irelevantné, pričom z tohto dôvodu je potrebné vychádzať z predpokladu, že „vlastné“ programy podľa článku 23 (v pôvodnom znení) spĺňajú takúto charakteristiku iba ak patria vysielateľovi, ktorý ich propaguje, a nie skupine spoločností ako celku, keďže dotknuté pravidlo je samostatným ustanovením neumožňujúcim akýkoľvek systematický výklad, ktorý by jeho pôsobnosť rozšíril na skupiny v zmysle jediného hospodárskeho subjektu?

- e) Má sa, napokon, článok 23 v pôvodnom znení, hoci by sa aj nepripúšťal jeho výklad ako pravidla, ktoré je potrebné chápať v kontexte práva hospodárskej súťaže, v každom prípade vykladať ako stimulačné ustanovenie opisujúce osobitný charakter propagácie, ktorá slúži výlučne na informačné účely a jej cieľom nie je presvedčať na kúpu iného tovaru alebo služieb, než sú propagované programy, pričom ako také ho treba chápať ako vylúčené z rozsahu pôsobnosti pravidiel o časovom rozsahu vysielanej reklamy, čiže ako pravidlo, ktoré je, v medziach spoločností patriacich k tej istej skupine, uplatniteľné vo všetkých prípadoch integrovanej propagácie naprieč médiami, alebo sa má chápať ako pravidlo odchyľnej a výnimočnej povahy, pokiaľ ide o výpočet časového rozsahu vysielanej reklamy, ktoré, ako také, podlieha striktnému výkladu?

21. V konaní pred Súdny dvorom predložili písomné pripomienky RTI, Elemedia a ďalší (účastníci konania vo veci samej), Taliansko, Poľsko a Európska komisia. S výnimkou Poľska boli títo účastníci konania zastúpení aj na ústnom pojednávaní 14. septembra 2022.

#### IV. Posúdenie

22. Svojimi piatimi prejudiciálnymi otázkami, na ktoré treba odpovedať spoločne, sa vnútroštátny súd v podstate snaží zistiť, či sa na reklamu vysielateľa na rozhlasového vysielateľa patriaceho do tej istej skupiny podnikov môže vzťahovať výnimka podľa článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, podľa ktorej sa „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ nezapočítavajú do maximálneho vysielacieho času pre reklamu podľa odseku 1 tohto ustanovenia.

23. V tomto rámci vnútroštátny súd poukazuje jednak na pojem „podnik“ ako hospodársku jednotku, ako bol zavedený v oblasti práva hospodárskej súťaže Únie<sup>5</sup>, a jednak na zmenu článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 smernicou 2018/1808.

24. Na rozdiel od článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, ktorý vyňal zo započítavania do maximálneho vysielacieho času pre reklamu podľa odseku 1 len „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“, článok 23 ods. 2 písm. a) smernice 2010/13 v znení smernice 2018/1808 stanovuje, že túto výnimku môžu využívať aj „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti... s programami a audiovizuálnymi mediálnymi službami

<sup>4</sup> Poznámka prekladateľa: na tomto mieste časť vety zjavne chýba.

<sup>5</sup> Pozri rozsudok z 27. apríla 2017, Akzo Nobel a i./Komisia (C-516/15 P, EU:C:2017:314, body 46 až 48 a citovaná judikatúra).

iných subjektov patriacich k tej istej vysielacej skupine“. Je pravda, že zmeny zavedené do smernice 2010/13 smernicou 2018/1808 sa v prejednávanej veci ešte neuplatňujú. Je to preto, že novšia smernica 2018/1808 nadobudla účinnosť až 18. decembra 2018. Predmetné rozhodnutia vo veci samej však boli vydané 19. decembra 2017 a doručené 8. januára 2018. Vnútroštátny súd si však kladie otázku, či zmena článku 23 smernice 2010/13 smernicou 2018/1808 vyjadruje všeobecnú právnu zásadu, ktorá by mohla mať vplyv aj na výklad smernice 2010/13 v pôvodnom znení.

25. Na druhej strane sa vnútroštátny súd svojou prejudiciálnou otázkou e) pýta, či sa „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ vôbec považujú za reklamu, na ktorú sa vzťahujú ustanovenia článku 23 smernice 2010/13 v pôvodnom znení o maximálnom vysielacom čase pre reklamu.

26. Najprv preto rozoberiem pojem vlastnej propagácie v zmysle smernice 2010/13 v pôvodnom znení a vysvetlím, že „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice predstavujú takúto vlastnú propagáciu (časť A). Následne vysvetlím, že na otázku, či oznamy na programy rozhlasovej mediálnej služby môžu byť „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, treba odpovedať záporne bez toho, aby bolo potrebné odpovedať na otázku, či oznamy odvysielané v súvislosti s programami vysielateľa tej istej skupiny možno kvalifikovať ako „vlastné programy“. Oznam v súvislosti s programom rozhlasovej mediálnej služby totiž spravidla nemôže byť oznamom v súvislosti s „programom“ alebo „audiovizuálnou mediálnou službou“ v zmysle smernice 2010/13 (časť B). Iba subsidiárne sa preto nakoniec budem zaoberať otázkou významu pojmu „vysielacia skupina“ v kontexte sporu vo veci samej (časť C).

#### ***A. O pojme „vlastná propagácia“ v zmysle smernice 2010/13 v pôvodnom znení***

27. Consiglio di Stato (Štátna rada) sa svojou otázkou e) pýta, či sa má článok 23 smernice 2010/13 v pôvodnom znení chápať ako „stimulačné ustanovenie opisujúce osobitný charakter propagácie, ktorá slúži výlučne na informačné účely a jej cieľom nie je presvedčať na kúpu iného tovaru alebo služieb, než sú propagované programy, pričom ako také ho treba chápať ako vylúčené z rozsahu pôsobnosti pravidiel o časovom rozsahu vysielanej reklamy“.

28. Z článku 1 ods. 1 písm. h) a i) smernice 2010/13 v pôvodnom znení však vyplýva, že na túto otázku treba odpovedať záporne. Z týchto ustanovení vyplýva, že oznamy odvysielané v súvislosti s programami vysielateľa sa majú klasifikovať ako televízna reklama. To znamená, že sú vyňaté zo započítavania do maximálneho vysielacieho času pre reklamu len vtedy, ak ide o oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami.

29. V článku 1 ods. 1 písm. h) smernice 2010/13 v pôvodnom znení sú „audiovizuálne komerčné oznamy“ definované ako „obrazy so zvukom alebo bez zvuku, ktoré sú určené na priame alebo nepriame propagovanie tovaru, služieb alebo dobrého mena fyzickej alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť. Takéto obrazy sprevádzajú alebo sú zahrnuté do programu za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie. Formy audiovizuálneho komerčného oznamu zahŕňajú okrem iného televíznu reklamu...“.

30. Podľa článku 1 ods. 1 písm. i) smernice 2010/13 v pôvodnom znení „televízna reklama“ „je akákoľvek forma vysielania oznamov za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo vysielanie na účely vlastnej propagácie verejným alebo súkromným podnikom alebo fyzickou osobou v súvislosti s obchodovaním, podnikaním, remeslom alebo povoláním s cieľom podporiť odbyt tovarov alebo služieb... za odplatu“.

31. Vysielanie televíznych signálov, ako aj tých, ktoré sú prenášané prostredníctvom distribučných sietí, predstavuje, ako také, poskytovanie služieb v zmysle článku 56 ZFEÚ.<sup>6</sup> Toto bolo výslovne objasnené v odôvodnení 6 smernice 89/552/EHS<sup>7</sup> „Televízia bez hraníc“, ktorá predchádzala smernici 2010/13. V odôvodneniach 21 a 35 smernice 2010/13 v pôvodnom znení sa takisto odkazuje na „služby“, spadajúce pod pojem audiovizuálne mediálne služby, resp. pod túto smernicu. Okrem toho podľa článku 1 ods. 1 písm. a) bodu i) je „audiovizuálna mediálna služba“ služba, ako ju vymedzujú články 56 a 57 ZFEÚ, ktorej hlavným účelom je poskytovanie programov s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

32. Oznamy odvysielané v súvislosti s programami [televízneho] vysielateľa preto slúžia na podporu predaja služieb v zmysle článku 1 ods. 1 písm. h) smernice 2010/13 v pôvodnom znení, a preto sa majú klasifikovať ako „audiovizuálny komerčný oznam“ v zmysle tohto ustanovenia. Podobne takéto oznamy spadajú pod pojem „televízna reklama“ v zmysle článku 1 ods. 1 písm. i) smernice 2010/13 v pôvodnom znení, keďže predstavujú formu vysielania oznamov za odplatu na účely vlastnej propagácie verejným alebo súkromným podnikom v súvislosti s podnikaním s cieľom podporiť odbyt služieb.

33. Z toho vyplýva, že je nesprávne chcieť rozlišovať, ako to robí RTI, medzi neutrálnymi oznamami čisto informačnej povahy na jednej strane a reklamou v zmysle propagácie výrobku alebo služby na strane druhej. Aj keď oznamy odvysielané v súvislosti s programami vysielateľa majú informačný charakter, sú predsa len zamerané na to, aby si diváci tento program pozreli, a teda na poskytovanie služieb za odplatu. Okrem toho výnimka uvedená v článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení by nebola potrebná, ak by „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ nespádali pod pojem televíznej reklamy, a teda do pôsobnosti článku 23 ods. 1.

34. Skutočnosť, že v článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení sa hovorí o „oznam[och], ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“<sup>8</sup> a nie o „reklame vysielateľa na jeho vlastné programy“, tiež nie je vhodná na spochybnenie klasifikácie takýchto oznamov ako vlastnej reklamy, a teda ako televíznej reklamy. Pojem „oznamy odvysielané v súvislosti s vlastnými programami“ je skôr len synonymom pre „reklamu na vlastné programy“. Potvrďuje to skutočnosť, že vo francúzskom znení článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení sa používa pojem „messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes“. Termín „messages“ sa nachádza vo

<sup>6</sup> Pozri rozsudok z 13. decembra 2007, United Pan-Europe Communications Belgium a i. (C-250/06, EU:C:2007:783, bod 28 a citovaná judikatúra).

<sup>7</sup> Smernica Rady z 3. októbra 1989 o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania 89/552/EHS (Ú. v. ES L 298, 1989, s. 23; Mim. vyd. 06/001, s. 224).

<sup>8</sup> Pozri tiež napr. EN: „announcements made by the broadcaster in connection with its own programmes“, FR: „messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes“ a IT: „annunci dell'emittente relativi ai propri programmi“.

francúzskej verzii smernice tiež v odôvodnení 85 v spojení s „publicitaires“ („messages publicitaires“), zatiaľ čo v iných jazykových verziách sa používajú termíny ako „reklama“ alebo „reklamné spoty“<sup>9</sup>.

35. V súlade s tým sa v odôvodnení 96 smernice 2010/13 v pôvodnom znení tiež vysvetľuje, „že činnosti vlastnej propagácie sú zvláštnou formou reklamy, v ktorej prevádzkovateľ vysielania propaguje svoje vlastné výrobky, služby, programy alebo televízne kanály“. Okrem toho v súvislosti s predchádzajúcou smernicou 89/552 Súdny dvor vysvetlil, že nabádanie na sledovanie iných vysielaní vysielateľa predstavuje reklamu.<sup>10</sup>

36. Na rozdiel od názoru RTI nemožno vyvodiť z druhej vety odôvodnenia 96 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, podľa ktorej „najmä koncové záznamy [upútavky – *neoficiálny preklad*] pozostávajúce z výňatkov z programov je treba pokladať za programy“, že oznamy týkajúce sa budúceho programu nepatria pod pojem reklama. Vysielanie upútaviek totiž slúži na propagovanie služieb (konkrétne programov, výňatkami ktorých sú upútavky) [článok 1 ods. 1 písm. h)] smernice 2010/13 v pôvodnom znení). Rovnako ide o vysielanie oznamov s cieľom podporiť odbyt týchto služieb [článok 1 ods. 1 písm. i)]. Ako tvrdilo Taliansko na pojednávaní, treba preto vychádzať z toho, že vysielanie upútaviek predstavuje reklamu na príslušné programy. Preto sa na upútavky vzťahuje aj výnimka podľa článku 23 ods. 2 len vtedy, ak ide o upútavky na vlastné programy vysielateľa, ktorý ich vysiela.

37. Na rozdiel od názoru RTI je pre kritérium platených služieb irelevantné, či ide o voľne dostupný televízny kanál alebo spoplatnený súkromný kanál. Je to preto, že voľne dostupné kanály sú zvyčajne financované z reklamy. Cieľom vlastnej propagácie je vyššia sledovanosť, ktorá je základným hodnotiacim základom pre cenu reklamného času. Vysielanie reklamy pre voľne dostupné programy je teda tiež vysielaním oznamov s cieľom nepriamo podporiť odbyt reklamných služieb za odplatu.

38. Programy verejnoprávných rozhlasových vysielateľov, ktoré sú financované z poplatkov za rozhlas stanovených a vyberaných štátom alebo zo štátnych príspevkov, nie sú podľa judikatúry službou za protihodnotu v zmysle právnej úpravy dane z pridanej hodnoty.<sup>11</sup>

39. To však neznamená, že oznamy odvysielané v súvislosti s programami takýchto rozhlasových inštitúcií, prinajmenšom ak títo vysielatelia vysielajú aj platenú reklamu<sup>12</sup>, nie sú „audiovizuálnymi komerčnými oznamami“ alebo „televíznou reklamou“ v zmysle článku 1 ods. 1 písm. h) a i) smernice 2010/13 v pôvodnom znení. Písmeno i) sa výslovne vzťahuje aj na verejnoprávných vysielateľov. Okrem toho sa v odôvodnení 21 objasňuje, že pojem „audiovizuálne mediálne služby“ by mal zahŕňať služby v zmysle ZFEÚ, t. j. všetky druhy hospodárskych činností vrátane činností verejnoprávných podnikov.

40. Je to logické. Je pravda, že môže byť opodstatnené navrhnúť konkrétnu formuláciu ustanovení o reklamnom čase odlišne vzhľadom na rozdielne financovanie rôznych staníc, pretože sa v tomto ohľade nachádzajú v rozdielnej situácii.<sup>13</sup> Neexistuje však žiadny zjavný dôvod na to, aby bola

<sup>9</sup> Pozri napr. DE: „Werbeerschübe“, EN: „advertising“ a IT: „pubblicità“.

<sup>10</sup> Rozsudok z 18. októbra 2007, Österreichischer Rundfunk (C-195/06, EU:C:2007:613, bod 45).

<sup>11</sup> Pozri rozsudky z 22. júna 2016, Český rozhlas (C-11/15, EU:C:2016:470, body 23 až 28, 36 a výrok), a zo 16. septembra 2021, Bălgarska nacionalna televizija (C-21/20, EU:C:2021:743, body 32 až 34, 39 a bod 1 výroku).

<sup>12</sup> Netreba sa venovať otázke, ako by sa posudzoval osobitný prípad vlastnej propagácie verejnoprávneho vysielateľa, ktorý je financovaný výlučne z daní a nevysiela žiadnu reklamu pre tretie strany. V každom prípade o takýto osobitný prípad tu nejde.

<sup>13</sup> Pozri *mutatis mutandis* rozsudok z 18. júla 2013, Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, body 18 až 23).

určitá skupina vysielateľov v zásade a od začiatku vylúčená z ustanovení o televíznej reklame. Cieľ ochrany spotrebiteľov ako divákov pred nadmernou reklamou, ktorý je základom smerníc o poskytovaní audiovizuálnych mediálnych služieb,<sup>14</sup> by sa totiž mal vzťahovať na všetkých vysielateľov, ktorí vysielajú reklamu pre tretie strany.

41. To všetko potvrdzuje, že oznamy odvysielané v súvislosti s programami vysielateľa sú televíznou reklamou. Tá je vyňatá zo započítania do maximálneho vysielacieho času pre reklamu podľa článku 23 ods. 1 smernice 2010/13 v pôvodnom znení len vtedy, ak ide o „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ podľa odseku 2 tohto ustanovenia.

42. Vyňatie vlastnej propagácie zo započítavania do maximálneho vysielacieho času pre reklamu je výsadou, ktorú vysielateľom udelil normotvorca. Na jednej strane sa zdá byť odôvodnená ich osobitným významom pre všeobecný záujem, ktorý je zdôraznený najmä v odôvodnení 5 smernice 2010/13 v pôvodnom znení (zabezpečenie slobody informácií, rozmanitosti názorov a plurality médií). Na druhej strane možno predpokladať, že vysielatelia nevyužívajú privilégium na vysielanie (bezplatnej) vlastnej propagácie nadmerne, pretože inak by to mohlo poškodiť atraktivnosť ich programov pre divákov (a tým nepriamo aj ich príjmy z platených reklamných služieb).

43. V poslednej časti otázky e) sa vnútroštátny súd pýta, či článok 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení predstavuje ustanovenie o výnimke, a či sa preto má vykladať reštriktívne. V tejto súvislosti RTI uvádza, že podľa judikatúry Súdneho dvora v rozsudku ARD sa obmedzenia základnej slobody vysielania televíznych programov musia vykladať reštriktívne.<sup>15</sup> Súdny dvor sa tam však obmedzil na objasnenie, že takéto obmedzenie sa má vykladať reštriktívne, ak nie je formulované jasne a jednoznačne.

44. Obmedzenie podielu televíznych reklamných spotov a telenákupných spotov vo vysielacom čase článkom 23 ods. 1 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, o ktoré ide v tomto prípade, je však formulované jasne a jednoznačne. Vyjadruje zásadu, podľa ktorej je sloboda poskytovania služieb v oblasti televíznej reklamy obmedzená. Základným pravidlom tu totiž nie je voľné, neobmedzené vysielanie, ale jeho časové obmedzenie v záujme spotrebiteľov ako divákov, čo je zdôraznené v odôvodnení 83 smernice 2010/13 v pôvodnom znení. Ako uviedol Súdny dvor, význam pojmu „televízna reklama“ treba posudzovať najmä vo vzťahu k tomuto cieľu.<sup>16</sup> Podobne je jasne a jednoznačne formulovaný aj článok 23 ods. 2, podľa ktorého „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ nepatria pod maximálny vysielací čas.

45. Aj pokiaľ ide o výklad smernice z hľadiska základných slobôd, nie sú zrejmé žiadne skutočnosti, na základe ktorých by obmedzenie reklamy v článku 23 ods. 1 smernice 2010/13 v pôvodnom znení malo predstavovať neprimerané obmedzenie slobody poskytovať služby. Ako už Súdny dvor sám zdôraznil, cieľom pravidiel týkajúcich sa vysielacieho času televíznej reklamy, ktoré sú upravené smernicou o poskytovaní audiovizuálnych mediálnych služieb je na jednej strane vyvážená ochrana finančných záujmov prevádzkovateľov televízneho vysielania a inzerentov, ako aj záujmov držiteľov práv, to znamená autorov a tvorcov, a na druhej strane televíznych divákov ako spotrebiteľov. V tomto ohľade môžu odôvodniť obmedzenia voľného pohybu služieb v oblasti televíznej reklamy.<sup>17</sup>

<sup>14</sup> Pozri rozsudky z 18. októbra 2007, Österreichischer Rundfunk (C-195/06, EU:C:2007:613, body 26 až 28), a z 18. júla 2013, Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, bod 17 a citovaná judikatúra), ako aj odôvodnenie 83 smernice 2010/13 v pôvodnom znení.

<sup>15</sup> Rozsudok z 28. októbra 1999, ARD (C-6/98, EU:C:1999:532, body 29 až 31).

<sup>16</sup> Pozri odkazy v poznámke pod čiarou 14 vyššie.

<sup>17</sup> Pozri rozsudky z 23. októbra 2003, RTL Television (C-245/01, EU:C:2003:580, bod 71 a citovanú judikatúru), a z 18. júla 2013, Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, bod 18 a citovanú judikatúru).

46. Preto ani obmedzenie slobody poskytovania reklamných služieb podľa článku 23 ods. 1 smernice 2010/13 v pôvodnom znení sa nemá vykladať priveľmi reštriktívne, ani výnimka týkajúca sa oznamov, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami podľa odseku 2 tohto ustanovenia sa nemá vykladať priveľmi široko. Oba odseky sa majú skôr vykladať v súlade s ich znením ako aj systematickou a zmyslom a účelom smernice 2010/13 v pôvodnom znení.<sup>18</sup>

### **B. O pojme „program“ v zmysle smernice 2010/13 v pôvodnom znení**

47. Svojimi otázkami a) až d) sa vnútroštátny súd v podstate snaží zistiť, či oznamy vysielateľa odvysielané v súvislosti s programami rozhlasového vysielateľa tej istej mediálnej skupiny môžu patriť pod pojem „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ podľa článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení.

48. To, že to tak v zásade nie je, vyplýva už z tejto definície v spojení s definíciou pojmu „program“ v článku 1 ods. 1 písm. b) smernice 2010/13 v pôvodnom znení a tiež s definíciou pojmu „televízne vysielanie“ pod písmenom e) toho istého ustanovenia.

49. Z týchto definícií vyplýva, že „program“ je „súbor pohybujúcich sa obrazov so zvukom alebo bez zvuku“ a „televízne vysielanie“ je „audiovizuálna mediálna služba poskytovaná poskytovateľom mediálnej služby pre simultánne sledovanie programov na základe programovej štruktúry“. V tejto súvislosti odkazy na programy alebo vysielanie rozhlasového vysielateľa, ktoré obsahujú len zvuk a žiadny obraz, nemôžu byť „oznam[ami]... v súvislosti so svojimi vlastnými programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení.

50. To je logické, keďže služby rozhlasového vysielania nepatria do pôsobnosti smerníc o audiovizuálnych mediálnych službách. Je pravda, že Komisia do svojej zelenej knihy „Televízia bez hraníc“ z roku 1984 pôvodne zahrnula aj rozhlasové vysielanie.<sup>19</sup> Pôvodný návrh Komisie na smernicu „Televízia bez hraníc“ 89/552 ho takisto obsahoval.<sup>20</sup> Najmä na naliehanie nemeckých spolkových krajín, ktoré sa obávali o svoje regulačné právomoci v tejto oblasti, však bolo rozhlasové vysielanie z pôsobnosti smernice 89/552 nakoniec vyňaté.<sup>21</sup> Tak to zostalo aj po prijatí smernice 2010/13: podľa jej odôvodnenia 23 sa pojem „audiovizuálny“ má vzťahovať na pohybujúce sa obrazy so zvukom alebo bez zvuku, takže zahŕňa nemé filmy, ale nevzťahuje sa na zvukové prenosy alebo rozhlasové služby. Ako uviedla Elemedia na pojednávaní v tomto konaní, toto sa uplatňuje aj po zmene tejto smernice smernicou 2018/1808 [pozri článok 1 ods. 1 písm. b) smernice 2010/13 v znení smernice 2018/1808].

51. Elemedia tiež poukázala na to, že rozhlasové služby na jednej strane a audiovizuálne mediálne služby na strane druhej stále predstavujú samostatné trhy, a to napriek vzájomnému spájaniu naprieč médiami a konvergencii audiovizuálnych služieb. Pravdepodobne aj preto sa

<sup>18</sup> V tomto zmysle pozri rozsudok z 24. novembra 2011, Komisia/Španielsko (C-281/09, EU:C:2011:767, body 48 a 49).

<sup>19</sup> Pozri Televízia bez hraníc, Zelená kniha o vytvorení spoločného trhu pre vysielanie, najmä satelitné a káblové, KOM(84) 300 v konečnom znení.

<sup>20</sup> Pozri najmä článok 21 návrhu, ako aj zmenený a doplnený návrh Komisie na smernicu Rady o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch týkajúcich sa vykonávania činností rozhlasového a televízneho vysielania, KOM(86) 146 v konečnom znení a KOM(88) 154 v konečnom znení.

<sup>21</sup> Pozri rozsudok Bundesverfassungsgericht (Spolkový ústavný súd, Nemecko) z 22. marca 1995, 2 BvG 1/89, BVerfGE 92, 203 – smernica ES o televízii, body 39 a 40.

normotvorca Únie rozhodol naďalej vylúčiť rozhlasové služby z pôsobnosti smernice 2010/13 v znení smernice 2018/1808, a to napriek tejto konvergencii, ktorou sa zaoberala samotná Komisia v zelenej knihe z roku 2013<sup>22</sup> a ktorá je uvedená v odôvodnení 1 smernice 2018/1808.

52. Výklad, ktorý zastáva RTI, podľa ktorého by reklama vysielateľa na programy alebo vysielanie rozhlasového vysielateľa mohla byť tiež vyňatá ako vlastná propagácia zo započítania do maximálneho vysielacieho času reklamy, by preto predstavoval neprípustné rozšírenie pôsobnosti smernice 2010/13. Takéto rozšírenie by mohlo viesť k narušeniu hospodárskej súťaže v neprospech rozhlasových mediálnych služieb, ktoré nie sú zoskupené s televíznymi vysielateľmi, a teda k narušeniu hospodárskej súťaže na trhu, na ktorý sa podľa vôle normotvorcu ustanovenia práva Únie o audiovizuálnych mediálnych službách vôbec nevzťahujú.

53. Preto sa otázka, či oznamy odvysielané v súvislosti s programami rozhlasového vysielateľa patria pod článok 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení netýka diskrečnej právomoci, ktorú členským štátom poskytuje článok 4 ods. 1, vysvetlený v odôvodneniach 41 a 83. V rámci nej môžu stanoviť prísnejšie, ako aj podrobnejšie ustanovenia pod hranicou uvedenou v článku 23 smernice 2010/13 v pôvodnom znení.<sup>23</sup> V tomto prípade však ide o to, ktoré vysielania patria do maximálneho vysielacieho času, a teda o určenie právneho rámca EÚ, v rámci ktorého vôbec majú členské štáty regulačnú voľnosť.

54. Oznamy vysielateľa odvysielané v súvislosti s programami alebo vysielaním rozhlasového vysielateľa, ktoré obsahujú len zvuk a žiadny obraz, sa preto nemôžu považovať za oznamy v súvislosti s „programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 v spojení s článkom 1 ods. 1 písm. b) smernice 2010/13 v pôvodnom znení.

55. Je pravda, že rozhlasové stanice dnes majú aj webové stránky, na ktorých sú dostupné ich programy, často doplnené obrazovým materiálom. Ak sú však tieto audiovizuálne prvky len doplnkové a slúžia len na doplnenie hlavnej činnosti rozhlasového vysielateľa, nemôžu tieto prvky zmeniť rozhlasové vysielanie na „audiovizuálne mediálne služby“, ktoré patria do pôsobnosti smernice 2010/13 v pôvodnom znení.

56. Napríklad vo veci týkajúcej sa videozáznamov dostupných na webovej stránke internetového vydania novín Súdny dvor rozhodol, že takéto videozáznamy môžu byť zahrnuté pod pojem „program“ v zmysle článku 1 ods. 1 písm. b) smernice 2010/13 v pôvodnom znení za predpokladu, že ich forma a obsah sú porovnateľné s formou a obsahom televízneho vysielania. To by mohol byť prípad rozhlasových programov s obrazom.

57. Súdny dvor však spresnil, že predmetné videozáznamy patria pod pojem „audiovizuálna mediálna služba“ podľa článku 1 ods. 1 písm. a) bodu i) (a teda do pôsobnosti smernice) len vtedy, ak služba ich sprístupnenia predstavuje hlavný účel, ktorý je oddeliteľný od skutočnej činnosti poskytovateľa, a nie len neoddeliteľný doplnok tejto činnosti (pozri aj odôvodnenie 22). To neplatí, ak audiovizuálny obsah nie je hlavným účelom, ako v prípade internetových stránok, ktoré obsahujú audiovizuálne prvky len na doplnkové účely.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Pozri Zelenú knihu: Príprava na plne konvergovaný audiovizuálny svet: rast, tvorba a hodnoty, COM/2013/0231 final.

<sup>23</sup> Pozri rozsudok z 18. júla 2013, Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, body 13 a 14); pozri tiež rozsudok zo 17. februára 2016, Sanoma Media Finland – Nelonen Media (C-314/14, EU:C:2016:89, body 33, 55 a 60).

<sup>24</sup> Rozsudok z 21. októbra 2015, New Media Online (C-347/14, EU:C:2015:709, body 24, 26, 33, 34 a 37 a výrok). Táto judikatúra bola začlenená do odôvodnenia 3 smernice 2018/1808.

58. Preto sa webová stránka rozhlasového vysielateľa napriek audiovizuálnym prvkom, ktoré obsahuje, nepovažuje za audiovizuálnu mediálnu službu, ak sú tieto prvky len podružné a slúžia len na doplnenie rozhlasovej služby. Preto aj odkazy na programy rozhlasového vysielateľa môžu byť „oznam[ami]... v súvislosti s... programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, len ak tieto programy predstavujú samostatnú audiovizuálnu mediálnu službu, ktorú možno oddeliť od vlastnej činnosti rozhlasového vysielateľa.

59. Vnútroštátnemu súdu prináleží posúdiť, či programy „R101“ propagované v prejednávanej veci obsahovali audiovizuálne prvky, a ak áno, či predstavovali len doplnok k predmetným rozhlasovým programom alebo samostatnú audiovizuálnu mediálnu službu. Podľa tvrdení predložených Súdnemu dvoru a diskusií na pojednávaní neexistujú dôkazy, ktoré by naznačovali, že ide o druhý prípad.

60. V každom prípade oznamy odvysielané v súvislosti s programami rozhlasového vysielateľa môžu byť „oznam[ami], ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, len ak sú nielen oznamami v súvislosti s „programami“, ale aj oznamami v súvislosti s „vlastnými“ programami v zmysle smernice. Práve na toto druhé kritérium sa teraz zameriam.

### ***C. O pojme „vlastné programy“ v zmysle smernice 2010/13 v pôvodnom znení***

61. RTI zastáva názor, že oznamy televízneho vysielateľa na programy iného vysielateľa sa už vtedy považujú za „oznamy... v súvislosti s vlastnými programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení, ak obaja vysielatelia patria do tej istej skupiny. Vyplýva to z koncepcie podniku ako hospodárskej jednotky, ktorú vypracoval Súdny dvor v oblasti práva hospodárskej súťaže a ktorá je teraz uznaná aj v článku 23 ods. 2 písm. a) smernice 2010/13 v znení smernice 2018/1808.

62. Po zmene článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení smernicou 2018/1808 sa už do maximálneho vysielacieho času pre reklamu podľa odseku 1 tohto ustanovenia nezapočítavajú len „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“, ale aj „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti... s programami a audiovizuálnymi mediálnymi službami iných subjektov patriacich k tej istej vysielacej skupine“.

63. Z odôvodnenia 43 smernice 2018/1808 však vyplýva, že ide o novú právnu úpravu, a teda o zmenu predchádzajúceho právneho stavu. Uvádza sa v ňom, že „sú mnohí vysielatelia súčasťou väčších vysielacích skupín a vysielajú oznámenia nielen v súvislosti s ich vlastnými programami..., ale aj v súvislosti s programami a audiovizuálnymi mediálnymi službami... tej istej skupiny“ a že „vysielací čas vyhradený pre takéto oznamy by tiež nemal byť zahrnutý do maximálnej dĺžky vysielacieho času, ktorý je možné vyhradiť pre televíznu reklamu a telenákup“.

64. Článok 23 ods. 2 písm. a) smernice 2010/13 v znení smernice 2018/1808, ktorý ešte nie je uplatniteľný na tento skutkový stav (pozri bod 24 vyššie) preto nemožno považovať za objasnenie už skôr existujúceho právneho stavu.

65. Na rozdiel od názoru RTI nemožno toto nové nariadenie chápať ani ako vyjadrenie všeobecnej zásady, podľa ktorej podniky skupiny tvoria hospodársku jednotku, v ktorej sa zodpovednosť za konanie dcérskej spoločnosti pripisuje materskej spoločnosti.



66. RTI odkazuje na právo hospodárskej súťaže<sup>25</sup>, ako aj na príklad z práva verejného obstarávania, podľa ktorého sa môžu skupiny hospodárskych subjektov pri plnení verejných zákaziek spoliehať na využitie kapacít účastníkov skupiny.<sup>26</sup> Tieto koncepcie však vychádzajú z právnych a organizačných prepojení podnikov, ktoré odôvodňujú vzájomné priradovanie činností a kapacít v rámci podnikateľskej jednotky a ktoré možno vysvetliť na základe regulačného prostredia príslušných právnych oblastí práva hospodárskej súťaže a práva verejného obstarávania.<sup>27</sup> Ich logika sa môže vzťahovať na sektor audiovizuálnych mediálnych služieb, ak sa tamojší podnik musí posudzovať z hľadiska práva hospodárskej súťaže alebo sa zúčastňuje verejného obstarávania.

67. Na rozdiel od práve rozoberaných koncepcií sa však smernica 2010/13 v pôvodnom znení pri hľadaní odpovede na otázku, kedy sa program vysielateľa považuje za „vlastný program“ nezameriava na právne a organizačné štruktúry a vzájomné prepojenia podnikov, ale na redakčnú zodpovednosť za príslušné programy. Ako je zrejmé z odôvodnenia 25, pre definíciu úlohy poskytovateľa mediálnych služieb, a tým aj pre definíciu audiovizuálnych mediálnych služieb, je najpodstatnejší pojem redakčnej zodpovednosti. V súlade s tým sa v článku 1 ods. 1 písm. a) bode i) stanovuje, že „audiovizuálna mediálna služba“ je služba, za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ mediálnej služby. Podľa písmena d) tohto ustanovenia je „poskytovateľ mediálnych služieb“ fyzická alebo právnická osoba, ktorá má redakčnú zodpovednosť za výber audiovizuálneho obsahu audiovizuálnej mediálnej služby a určuje spôsob, akým je organizovaná. „Vysielateľ“ je podľa písmena f) tohto ustanovenia poskytovateľ mediálnej služby, ktorou je televízne vysielanie.

68. „Redakčná zodpovednosť“ je v súlade s článkom 1 ods. 1 písm. c) smernice 2010/13 v pôvodnom znení vykonávanie účinnej kontroly nad výberom programov a nad ich usporiadaním do chronologickej štruktúry v prípade televízneho vysielania alebo v prípade audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie do katalógu programov. V tomto ohľade redakčná zodpovednosť nemusí nevyhnutne viesť k právnej zodpovednosti podľa vnútroštátneho práva za obsah alebo poskytované služby.

69. V rozpore s tvrdením RTI na ústnom pojednávaní v tomto konaní nemožno tento pojem redakčnej zodpovednosti v zmysle smernice 2010/13 v pôvodnom znení stotožniť s druhom kontroly, ktorý Súdny dvor použil na určenie, že materská spoločnosť a dcérska spoločnosť tvoria hospodársku jednotku. Na tento účel Súdny dvor vychádzal zo skutočnosti, že dcérska spoločnosť napriek tomu, že má vlastnú právnu subjektivitu, neurčuje svoje správanie na trhu nezávisle, ale v podstate vykonáva pokyny, ktoré jej dala materská spoločnosť, s prihliadnutím najmä na hospodárske, organizačné a právne väzby medzi týmito dvoma právnymi subjektmi.<sup>28</sup>

70. Napriek možnej existencii takýchto vzťahov medzi RTI a vysielateľmi, ktorých je vlastníkom, sa zdá nepravdepodobné, ako uviedlo Taliansko na ústnom pojednávaní, že by holdingová spoločnosť ako RTI určovala konkrétny obsah programov a podrobnú skladbu vysielania týchto

<sup>25</sup> Pozri už v poznámke pod čiarou 5 citovaný rozsudok z 27. apríla 2017, Akzo Nobel a i./Komisia (C-516/15 P, EU:C:2017:314, body 46 až 48 a tam citovaná judikatúra).

<sup>26</sup> Pozri článok 63 ods. 1 štvrtý pododsek v spojení s článkom 19 ods. 2 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2014/24/EÚ z 26. februára 2014 o verejnom obstarávaní a o zrušení smernice 2004/18/ES (Ú. v. EÚ L 94, 2014, s. 65).

<sup>27</sup> Skutočnosť, že pojem podnik v rámci práva hospodárskej súťaže nie je ľahko prenosný na iné regulačné situácie bez toho, aby to bolo výslovne upravené, vyplýva aj z článku 83 ods. 4 až 6 v spojení s odôvodnením 150 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Ú. v. EÚ L 119, 2016, s. 1); pozri v tomto zmysle návrhy, ktoré predniesol generálny advokát Campos Sánchez-Bordona vo veci Deutsche Wohnen (C-807/21, EU:C:2023:360, body 44 až 50).

<sup>28</sup> Pozri rozsudok z 27. apríla 2017, Akzo Nobel a i./Komisia (C-516/15 P, EU:C:2017:314, bod 52 a citovaná judikatúra).

vysielateľov. Podľa spoločnosti Elemedia je RTI len finančnou holdingovou spoločnosťou, ktorá vlastní podiely vo viacerých vysielateľoch, z ktorých každý má redakčnú zodpovednosť za svoje vlastné vysielanie.

71. Na druhej strane RTI tvrdila, že nie je len finančnou holdingovou spoločnosťou, ale že v konečnom dôsledku určuje redakčné smerovanie všetkých spoločností v skupine. Podľa spoločnosti RTI sa to má stotožniť s redakčnou zodpovednosťou v zmysle smernice 2010/13 v pôvodnom znení. V tejto súvislosti sa opiera najmä o záver Súdneho dvora vo veci Baltic Media Alliance, podľa ktorého redakčná zodpovednosť znamená, že daná osoba má právomoc rozhodovať v poslednom stupni o samotnej audiovizuálnej ponuke.<sup>29</sup>

72. Vnútroštátny súd bude teda musieť v konečnom dôsledku určiť, či kontrola, ktorú RTI vykonáva nad programami a vysielaním „R101“ (rozhlasová stanica, na ktorej programy bola vysielaná reklama), ako aj nad programami „Canale 5“, „Italia 1“ a „Rete 4“ (televízne stanice, ktoré vysielali reklamy pre „R101“), sa má stotožňovať s „redakčnou zodpovednosťou“ v zmysle smernice 2010/13 v pôvodnom znení.

73. Iba ak by to platilo pre kanály „Canale 5“, „Italia 1“ a „Rete 4“, ako aj pre „R101“, odkazy na príslušné programy „R101“ by mohli byť „oznamami, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ v zmysle článku 23 ods. 2 smernice 2010/13 v pôvodnom znení – vždy za predpokladu, že tieto programy sú vôbec „audiovizuálnymi mediálnymi službami“ v zmysle smernice (pozri body 61 a 62 vyššie).

## V. Návrh

74. Na základe uvedených úvah navrhujem, aby Súdny dvor odpovedal na otázky, ktoré položila Consiglio di Stato (Štátna rada, Taliansko) takto:

Článok 23 ods. 2 v spojení s článkom 1 ods. 1 písm. a) až f) a h) a i) smernice 2010/13/EÚ v jej znení pred zmenou zavedenou smernicou (EÚ) 2018/1808 sa má vykladať v tom zmysle, že oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s programami alebo vysielaním rozhlasového vysielateľa nie sú zahrnuté do pojmu „oznamy, ktoré vysielateľ odvysielal v súvislosti s vlastnými programami“ v zmysle tohto ustanovenia. Jedinou výnimkou je, ak sú propagované programy samostatnými audiovizuálnymi mediálnymi službami v zmysle článku 1 ods. 1 písm. a) bodu i), ktoré sú oddeliteľné od hlavného účelu činnosti rozhlasového vysielateľa a za ktoré tento vysielateľ nesie redakčnú zodpovednosť v zmysle článku 1 ods. 1 písm. c).

<sup>29</sup> Rozsudok zo 4. júla 2019, Baltic Media Alliance (C-622/17, EU:C:2019:566, bod 43).