Сборник съдебна практика

ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ГЕНЕРАЛНИЯ АДВОКАТ
J. KOKOTT
представено на 13 юли 2023 година[1]

Дело C-255/21

Reti Televisive Italiane SpA (RTI)
срещу
Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni,
в присъствието на:
Elemedia SpA,
Radio Dimensione Suono SpA,
RTL 102, 5 Hit Radio s.r.l.

(Преюдициално запитване, отправено от Consiglio di Stato (Държавен съвет, Италия)

„Преюдициално запитване — Аудио-визуални медийни услуги — Директива 2010/13/ЕС — Телевизионна реклама — Член 23 — Времеви ограничения за излъчване на телевизионна реклама — Изключения за съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания — Реклама на радиостанция от същата излъчваща група“

I. Въведение

1. Може ли излъчена от телевизионен оператор реклама на радиостанция, част от същата излъчваща група, да представлява „съобщение, направено от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13/ЕС за аудио-визуалните медийни услуги[2] и като такава да е изключена от изчисляването на лимитите за излъчване на телевизионна реклама съгласно тази директива? Това е по същество въпросът, на който трябва да отговори Съдът в настоящото производство по преюдициално запитване.

[1] Език на оригиналния текст: немски.

[2] Директива на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 година за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудио-визуални медийни услуги (Директива за аудио-визуалните медийни услуги) (кодифицирана версия) (ОВ L 95, 2010 г., стр. 1).

II. Правна уредба

A. Правото на Съюза

2. В настоящия случай правната уредба на Съюза се съдържа в Директива 2010/13, в първоначалната ѝ редакция (наричана по-нататък „Директива 2010/13, стара редакция“) (1). Запитващата юрисдикция поставя въпроса и относно значението за настоящия случай на Директива (ЕС) 2018/1808 за изменение на Директива 2010/13 предвид променящите се пазарни условия [3], макар че въведените с тази директива изменения в Директива 2010/13 не са приложими в главното производство (2).

1. Директива 2010/13

3. Съображения 5, 21—23, 25, 41, 83, 87, 96 и 97 от Директива 2010/13, стара редакция, в съответните си части гласят:

„(5) Аудио-визуалните медийни услуги са повече такива в областта на културата, отколкото икономически. Тяхното нарастващо значение за обществата, демокрацията — по-специално чрез гарантиране на свободата на информацията, многообразието на мненията и медийния плурализъм, образованието и културата е основание за прилагането на специфични правила към тези услуги.

[…]

(21) За целите на настоящата директива определението на аудио-визуалните медийни услуги следва […] да се ограничи до определените в Договора за функционирането на Европейския съюз услуги и, следователно, включва всяка форма на стопанска дейност, включително тези на публичните предприятия […]

(22) За целите на настоящата директива определението на аудио-визуалните медийни услуги следва да обхваща средствата за масово осведомяване и ролята им да информират, забавляват и образоват широката общественост и следва да включва аудио-визуални търговски съобщения […] Това определение следва да изключва всички услуги, чиято основна цел не е предоставянето на предавания, т.е. когато аудио-визуалното съдържание е включено случайно в услугата и не е нейна основна цел. За пример могат да бъдат посочени интернет сайтове, които съдържат аудио-визуални елементи само като помощно средство, например анимирани графични елементи, кратки рекламни спотове или информация, свързана с продукт или услуга извън аудио-визуалната област. […]

(23) За целите на настоящата директива понятието „аудио-визуални“ следва да се отнася за движещи се образи със или без звук, което включва неми филми, но не включва аудиоизлъчвания или радиоуслуги. […]

[…]

[3] Директива (ЕС) 2018/1808 на Европейския парламент и на Съвета от 14 ноември 2018 година за изменение на Директива 2010/13/ЕС за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудио-визуални медийни услуги (Директива за аудио-визуалните медийни услуги), предвид променящите се пазарни условия (ОВ L 303, 2018 г., стр. 69).

(25) Понятието „редакционна отговорност“ е основополагащо за определяне на ролята на доставчика на медийни услуги и, следователно, за дефинирането на аудио-визуалните медийни услуги. […]

[…]

(41) Държавите членки следва да могат да прилагат по-подробни или по-строги правила в областите, координирани от настоящата директива по отношение на доставчиците на медийни услуги под тяхна юрисдикция, като същевременно гарантират, че тези правила са съгласувани с общите принципи на правото на Съюза. […]

[…]

(83) За да се гарантира пълна и подходяща защита на интересите на потребителите като телевизионни зрители е важно телевизионната реклама да подлежи на известен минимален брой правила и стандарти и държавите членки да запазят правото си да въвеждат по-подробни или по-строги правила и при известни обстоятелства да поставят различни условия спрямо телевизионните оператори под тяхна юрисдикция.

[…]

(87) Следва да бъде установено ограничението от 20 % за спотове за телевизионна реклама и телевизионно пазаруване на час, което също се прилага по време на „най-гледаното време“. Понятието за телевизионен рекламен спот следва да се разбира като телевизионна реклама по смисъла на член 1, параграф 1, буква и), с продължителност не повече от дванадесет минути.

[…]

(96) Необходимо е да се разясни, че дейностите по самореклама са особена форма на реклама, в която телевизионният оператор представя собствените си продукти, услуги, предавания или канали. В частност кадри, състоящи се от откъси от предавания, следва да се третират като предавания.

(97) Ежедневното програмно време, отделяно за съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и пряко произтичащите от тях помощни продукти, или за съобщения за обществени услуги и призиви за благотворителност, излъчени безплатно, не следва да бъде включено в максималната продължителност на ежедневното или почасово програмно време, което може да бъде отделено за реклама и телевизионно пазаруване“.

4. Член 1 от Директива 2010/13, стара редакция, съдържа определения и параграф 1 от него в съответните си части гласи:

„1. За целите на настоящата директива се прилагат следните определения:

а) „аудио-визуална медийна услуга“ означава:

i) услуга, така както е определена в членове 56 и 57 от Договора за функционирането на Европейския съюз, която е в рамките на редакционната отговорност на доставчик на медийни услуги и чиято основна цел е осигуряването на предавания за информиране, забавление или образоване на широката общественост […]. […]

ii) аудио-визуални търговски съобщения;

б) „предаване“ означава поредица от движещи се образи със или без звук, която представлява обособена част от програмна схема или каталог, утвърдена от доставчик на медийни услуги и чиито форма и съдържание са сравними с формата и съдържанието на телевизионно излъчване. Примери за предавания са пълнометражни филми, спортни събития, комедийни сериали, документални филми, детски предавания и телевизионен театър;

в) „редакционна отговорност“ означава упражняването на ефективен контрол както върху избора на предавания, така и върху тяхната организация, както в хронологичен ред при телевизионни излъчвания, така и в каталог при аудио-визуални медийни услуги по заявка. Редакционната отговорност не включва непременно юридическа отговорност съобразно националното законодателство по отношение на съдържанието на предоставената услуга;

г) „доставчик на медийна услуга“ означава физическото или юридическото лице, което носи редакционна отговорност за избора на аудио-визуалното съдържание на аудио-визуалната медийна услуга и определя начина, по който тя е организирана;

д) „телевизионно излъчване“ (т.е. линейна аудио-визуална медийна услуга) означава аудио-визуална медийна услуга, предоставена от доставчик на медийни услуги за едновременно гледане на предавания въз основата на програмна схема;

е) „телевизионен оператор“ означава доставчик на медийни услуги за телевизионни излъчвания;

[…]

з) „аудио-визуално търговско съобщение“ означава образи със или без звук, които са предназначени да рекламират, пряко или непряко, стоки, услуги или имидж на физическо или юридическо лице, извършващо стопанска дейност. Такива образи придружават или се включват в дадено предаване срещу заплащане или подобно възнаграждение, или с цел осигуряване на самореклама. Формите на аудио-визуалното търговско съобщение включват, inter alia, телевизионна реклама, спонсорство, телевизионно пазаруване и позициониране на продукти.

и) „телевизионна реклама“ означава всяка форма на съобщение, излъчено срещу заплащане или подобно възнаграждение, или излъчено с цел осигуряване на самореклама на публично или частно предприятие, или на физическо лице във връзка с търговия, стопанска дейност, занаят или професия, имащо за цел да се популяризира доставянето на стоки и услуги, включително недвижима собственост, или на права и задължения, срещу заплащане;

[…]“.

5. Член 4, параграф 1 от Директива 2010/13, стара редакция, предвижда:

„1. Държавите членки запазват свободата си да изискват от доставчиците на медийни услуги под тяхна юрисдикция да спазват по-подробни или по-строги правила в областите, координирани от настоящата директива, при условие че тези правила са в съответствие с правото на Съюза“.

6. Член 23 от Директива 2010/13, стара редакция, гласи:

„1. Делът на телевизионните рекламни спотове и спотовете за телевизионно пазаруване в даден едночасов период не надхвърля 20 %.

2. Параграф 1 не се прилага за съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и допълнителни продукти, пряко свързани с тези предавания, съобщения относно спонсорството или позиционирането на продукти“.

2. Директива 2018/1808

7. Директива 2018/1808 изменя някои части от Директива 2010/13. Съображения 1, 3 и 43 от тази директива в съответните си части гласят:

„(1) Последното съществено изменение на Директива 89/552/ЕИО на Съвета […], кодифицирана впоследствие с Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета […], беше направено през 2007 г. с приемането на Директива 2007/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета […]. Оттогава пазарът на аудио-визуалните медийни услуги се разви значително и бързо поради протичащото сближаване между телевизионните услуги и интернет услугите. […]

[…]

(3) Директива 2010/13/ЕС следва да продължи да се прилага само за онези услуги, чиято основна цел е предоставянето на предавания с цел информиране, развлечение или образоване. Изискването за основната цел следва да се счита за спазено и ако услугата има аудио-визуално съдържание и форма, които могат да бъдат обособени от основната дейност на доставчика на услугата, като например самостоятелни части от онлайн вестници, включващи аудио-визуални предавания или генерирани от потребители видеоклипове, когато тези части могат да се считат за обособими от тяхната основна дейност. Услугата следва да се счита просто за необособимо допълнение към основната дейност в резултат на връзките между предлаганото аудио-визуално съдържание и основната дейност като например предоставянето на новини в писмена форма. […]

[…]

(43) Програмното време, отделяно за съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и пряко произтичащите от тях допълнителни продукти, или за съобщения за обществени услуги и призиви за благотворителност, излъчени безплатно, с изключение на разходите за излъчване на тези призиви, следва да не бъде включвано в максималната продължителност на програмното време, което може да бъде отделено за телевизионна реклама и

телевизионно пазаруване. Освен това много телевизионни оператори са част от по-големи излъчващи групи и правят съобщения не само във връзка със собствените си предавания и пряко произтичащите от тях допълнителни продукти, но и във връзка с предаванията и аудио-визуалните медийни услуги на други субекти, които са част от същата излъчваща група. Програмното време, отделяно за такива съобщения, следва също да не бъде включвано в максималната продължителност на програмното време, което може да бъде отделено за телевизионна реклама и телевизионно пазаруване“.

8. Член 1, параграф 1, буква б) от Директива 2010/13, изменена с Директива 2018/1808, предвижда:

„За целите на настоящата директива се прилагат следните определения:

[…]

б) „предаване“ означава поредица от движещи се образи със или без звук, която представлява самостоятелен елемент, независимо от нейната продължителност, в рамките на програмна схема или каталог, утвърден от доставчик на медийни услуги, включително пълнометражни филми, видеоклипове, спортни събития, комедийни сериали, документални филми, детски предавания и телевизионен театър“.

9. Член 23 от Директива 2010/13, изменена с Директива 2018/1808, гласи:

„1. Делът на телевизионните рекламни спотове и спотовете за телевизионно пазаруване в интервала между 6,00 и 18,00 часа не може да надхвърля 20 % от този интервал. Делът на телевизионните рекламни спотове и спотовете за телевизионно пазаруване в интервала между 18,00 и 00,00 часа не може да надхвърля 20 % от този интервал.

2. Параграф 1 не се прилага за:

а) съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания и допълнителни продукти, пряко свързани с тези предавания, или с предавания и аудио-визуални медийни услуги на други субекти, които са част от същата излъчваща група;

б) съобщения относно спонсорството;

в) позициониране на продукти;

г) неутрални елементи между редакционното съдържание и телевизионните рекламни спотове или спотовете за телевизионно пазаруване, а също и между отделните спотове“.

Б. Италианското право

10. Член 38, параграф 2 от Decreto legislativo del 31 luglio 2005, n. 177 — Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (Законодателен декрет № 177 от 31 юли 2005 г. за приемане на консолидиран текст относно радио- и аудио-визуалните медийни услуги) (наричан по-нататък „Decreto legislativo № 177/2005“) предвижда, че излъчването на рекламни спотове от оператори на свободно приемана, включително аналогова телевизия с

национално покритие, с изключение на притежателя на лицензa за обществена радио-телевизионна услуга, не може да надхвърля 15 % от дневното програмно време и 18 % от даден едночасов период; евентуално превишаване на това ограничение с не повече от 2 % за едночасовия период трябва да се компенсира в предишния или следващия час.

11. Съгласно член 38, параграф 6 от Decreto legislativo № 177/2005 посоченият параграф 2 не се прилага за съобщенията на операторите, включително на аналогова телевизия, отнасящи се до техните собствени предавания и пряко свързаните с тях продукти, съобщенията относно спонсорство и позиционирането на продукти.

12. Член 52 от Decreto legislativo № 177/2005 предвижда санкции за нарушения на член 38 от него.

III. Фактите и преюдициалните въпроси

13. Reti Televisive Italiane s.p.a. (наричано по-нататък „RTI“) притежава телевизионните канали Canale 5, Italia 1 и Rete 4. Освен това то притежава 80 % от дяловете в Monradio Srl, което управлява радиостанцията R101; останалите 20 % от дяловете са собственост на друго дружество, част от същата излъчваща група.

14. С три акта от 19 декември 2017 г., връчени на 8 януари 2018 г., които се отнасят съответно до каналите Canale 5, Italia 1 и Rete 4, на основание член 38, параграф 2 и член 52 от Decreto legislativo № 177/2005 Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, италианският орган за регулиране на съобщенията, санкционира RTI за нарушения на разрешения съгласно националното право почасов лимит за излъчване на реклама. Към това той включва реклама, която е излъчвана в предаванията на Canale 5, Italia 1 и Rete 4 и чието съдържание е рекламирано от радиостанцията R101.

15. RTI подава три отделни, но идентични по съдържание жалби срещу трите посочени по-горе акта пред Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (Регионален административен съд Лацио, Италия, наричан по-нататък „TAR“). Според RTI съобщенията, разпространявани от неговите три телевизионни канала, всъщност се отнасят само до представянето на предавания на R101 и следователно трябва да бъдат квалифицирани като съобщения във връзка с неговите собствени предавания, които не се включват в предвидения почасов лимит за излъчване на реклама съгласно член 38, параграф 6 от Decreto legislativo № 177/2005.

16. TAR обаче приема, че съобщенията във връзка с предавания на *радио*станция не биха могли да са съобщения във връзка със „собствени предавания“ на *телевизионен* оператор, макар тази радиостанция да е част от същата група от предприятия като телевизионния оператор. Ето защо TAR отхвърля жалбите на RTI.

17. Впоследствие RTI подава жалба пред запитващата юрисдикция — Consiglio di Stato (Държавен съвет, Италия).

18. Според RTI, най-напред, обстоятелството, че R101 е собственост на дружество, различно от RTI, не е релевантно, защото и двете са част от една и съща група от дружества. Определящият фактор за приложимостта на изключението от самореклама по отношение на изчисляването на лимита за излъчване на реклама бил стопанското единство на издателската група, а не многообразието от юридически лица.

19. Освен това понастоящем практиката на „кросмедийно“ саморекламиране между телевизията, радиото и чрез интернет била широко разпространена. Това се потвърждавало и от съображение 43 от Директива 2018/1808, и от направеното с тази директива изменение на член 23, параграф 2, буква а) от Директива 2010/13. Всъщност дори това изменение да не било приложимо в настоящия случай, то било релевантно за тълкуването на действащото преди това право.

20. С оглед на гореизложеното Consiglio di Stato (Държавен съвет) решава да спре производството и с преюдициално запитване от 25 март 2021 г., постъпило на 21 април 2021 г., да отправи до Съда следните въпроси:

„1) Може ли — за целите на общностната уредба за ограничаване на излъчването на реклама, предвид общата значимост в правото [на Европейския съюз] на понятието за група или за единен стопански субект, произтичащо от множество източници на антикартелното право (но, доколкото е от значение в случая, от припомненото съображение 43 от Директива 2018/1808/ЕС и от новия текст на член 23 от Директива 2010/13/[ЕС]), без да се засяга съществуващата разлика в италианското национално право между предвидените разрешения за телевизионни и радиооператори съгласно член 5, алинея 1, буква b) от Законодателен декрет 177/[2005] — да се приеме за съответстващо на правото на Съюза тълкуване на националното право за радиото и телевизията, произтичащо от член 1, алинея 1, буква а) от същия Законодателен декрет 177/[2005], с измененията, в действащата му редакция от 30 март 2010 г. (за транспониране на Директива 2007/65/ЕО), в смисъл че процесът на сближаване между различните форми на комуникация (електронна комуникация, издателска дейност, включително електронна, и интернет във всичките му приложения) важи на още по-голямо основание между доставчиците на радио- и телевизионни медийни услуги, особено ако вече са включени в групи предприятия, които са свързани помежду си, и че [този процес] се налага с общо значение, със съответните отражения във връзка с тълкуването на член 38, алинея 6 от цитирания законодателен декрет, в смисъл че този оператор може да бъде и групата като единен стопански субект, или напротив, съгласно припомнените общностни принципи, предвид самостоятелността на уредбата за ограничаване на излъчването на реклама спрямо общото антикартелно право, не може да се отдава значение — преди 2018 г. — на групите и на посочения процес на сближаване, както и на т.нар. кросмедийна дейност, като при това за целите на изчисляването на индекса за излъчване на реклама се взема предвид само отделният оператор, дори и да е част от група (тъй като този аспект е изтъкнат едва в консолидирания текст на член 23 от Директива 2010/13/[ЕС] след приемането на Директива 2018/1808/ЕС)?

2) Може ли — в светлината на припомнените принципи на правото на Съюза относно групите и предприятието като единен стопански субект, за целите на ограничаването на излъчването на реклама и на припомнените последователни промени в текста на посочения член 23, без да се засяга споменатата разлика между разрешенията — да се изведе по-специално от антиконкурентната правна уредба на [интегрираната

комуникационна система], съдържаща се в член 43 от Законодателен декрет 177/[2005], релевантността на понятието групов „доставчик на медийни услуги“ (или съгласно терминологията на жалбоподателя: групово издателско предприятие), за да се изключат кросмедийните рекламни съобщения в рамките на групата от ограниченията за излъчване на реклама по член 38, алинея 6 от самия Законодателен декрет [177/2005], или напротив, подобна релевантност трябва да се изключи преди 2018 г. предвид самостоятелността на антикартелното право в областта на телевизията спрямо уредбата на ограниченията за излъчването на реклама?

3) Представлява ли новият текст на член 23, параграф 2, буква а) от Директива 2010/13/ЕС признаване на вече съществуващ принцип в правото на конкуренцията с общо значение за групите или е иновативен и следователно, в първия случай, описва вече присъща на европейския правен ред правна действителност — в този смисъл от естество да обхване и разглеждания случай, който предхожда посочения нов текст, и да определи тълкуването на [националния регулаторен орган], като все пак му налага да признае понятието групов „доставчик на медийни услуги“ — или, във втория случай, не допуска признаването на релевантността на групите от дружества за случаите, възникнали преди неговото въвеждане, тъй като е неприложим ratione temporis, предвид иновативния му характер, спрямо обстоятелства, настъпили преди неговото въвеждане?

4) Във всеки случай и извън режима на разрешенията, предвиден в член 5 от Законодателен декрет 177/2005, и новия текст на член 23, въведен през 2018 г., или в случай че новата норма няма декларативно, а иновативно значение, съгласно посоченото в [третия] въпрос, отношенията [на] интегриране телевизия — радио, разгледани общо в антикартелното право, представляват ли, предвид общия и трансверсален характер на понятията за стопански субект и група, ключов фактор, в светлината на който да се тълкуват ограниченията за излъчването на реклама, които следователно са уредени все пак имплицитно с оглед на групата предприятия (или по-конкретно [с оглед на] отношенията на контрол между предприятията от групата) и на функционалното единство на посочените предприятия, така че рекламирането на предаванията между телевизията и радиото в рамките на групата[4] или обратно, тези отношения на интегриране ирелевантни ли са в областта на ограниченията за излъчването на реклама, и следователно трябва да се приеме, че „собствените“ предавания, посочени в член 23 (първоначалната редакция), обхващат само предаванията на оператора, който ги рекламира, а не на групата дружества като цяло, тъй като посочената норма е самостоятелна разпоредба, която не допуска систематично тълкуване, разширяващо обхвата ѝ до групите, разбирани като единен стопански субект?

5) Накрая, следва ли член 23 в първоначалната му редакция, дори и да не трябва да се тълкува като норма, разглеждана във връзка с антикартелното право, все пак да се разбира като стимулираща разпоредба, описваща спецификата на рекламирането, която е само информативна и не цели да убеди когото и да било да закупи стоки или услуги, различни от рекламираните предавания, и като такава трябва да се разглежда като изключена от приложното поле на нормите в областта на излъчването на реклама, следователно приложима, в рамките на предприятията, част от същата група, към

[4] Бел. прев.: изречението очевидно е незавършено.

всички случаи на интегрирано кросмедийно рекламиране, или трябва да се разглежда като норма с дерогиращ и изключителен характер по отношение на изчисляването на излъчваната реклама и като такава да се тълкува стриктно?“.

21. Писмени становища в производството пред Съда представят RTI, Elemedia и др. (страни в главното производство), Италия, Полша и Европейската комисия. Същите страни, с изключение на Полша, се представляват и в съдебното заседание от 14 септември 2022 г.

IV. Анализ

22. С петте си преюдициални въпроса, на които следва да се отговори заедно, запитващата юрисдикция по същество иска да се установи дали е възможно рекламата, направена от телевизионен оператор за радиостанция, част от същата група от предприятия, да попада в обхвата на изключението по член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, съгласно което „съобщенията, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ не се включват в лимитите за излъчване на реклама съгласно параграф 1 от тази разпоредба.

23. В този контекст запитващата юрисдикция се позовава, от една страна, на понятието „предприятие“ като стопанска единица, както е определено в областта на конкурентното право на Съюза[5], и на изменението на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, въведено с Директива 2018/1808.

24. За разлика от член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, който изключва от изчисляването на лимитите за излъчване на реклама съгласно параграф 1 само „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, член 23, параграф 2, буква а) от Директива 2010/13, изменена с Директива 2018/1808, предвижда, че от това изключение могат да се ползват и „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с […] предавания и аудио-визуални медийни услуги на други субекти, които са част от същата излъчваща група“. Действително измененията в Директива 2010/13, въведени с Директива 2018/1808, още не са приложими към настоящия случай. Всъщност по-новата Директива 2018/1808 влиза в сила едва на 18 декември 2018 г. Спорните в главното производство актове обаче са издадени на 19 декември 2017 г. и са връчени на 8 януари 2018 г. Запитващата юрисдикция обаче поставя въпроса дали изменението на член 23 от Директива 2010/13, направено с Директива 2018/1808, е израз на общ правен принцип, който би могъл да окаже влияние и на тълкуването на Директива 2010/13, стара редакция.

25. От друга страна, с петия въпрос запитващата юрисдикция повдига предварителния въпрос дали изобщо „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, се считат за реклама, обхванатата от разпоредбите на член 23 от Директива 2010/13, стара редакция, относно лимитите за излъчване на реклама.

26. Ето защо най-напред ще разгледам понятието за само*реклама* по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция, и ще докажа, че „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от нея представляват такава самореклама (точка A). След това ще изясня, че на въпроса

[5] Вж. решение от 27 април 2017 г., Akzo Nobel и др./Комисия (C-516/15 P, EU:C:2017:314, т. 46—48 и цитираната съдебна практика).

дали съобщения във връзка с предавания на радиоуслуга могат да представляват „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, следва да се отговори отрицателно, без да се налага отговор на въпроса дали съобщения във връзка с предавания на канал от същата група могат да се квалифицират като „собствени предавания“. Всъщност съобщение във връзка с предаване на радиоуслуга по принцип не може да представлява съобщение във връзка с „предаване“, респ. „ауди-овизуална медийна услуга“ по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция (точка Б). Ето защо само при условията на евентуалност накрая ще разгледам въпроса за значението на понятието за излъчваща група в контекста на главното производство (точка В).

А. По понятието „самореклама“ по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция

27. С петия въпрос Consiglio di Stato (Държавен съвет) иска да изясни дали член 23 от Директива 2010/13, стара редакция, трябва да се разбира като „стимулираща разпоредба, описваща спецификата на рекламирането, която е само информативна и не цели да убеди когото и да било да закупи стоки или услуги, различни от рекламираните предавания, и като такава трябва да се разглежда като изключена от приложното поле на нормите в областта на излъчването на реклама“.

28. От член 1, параграф 1, букви з) и и) от Директива 2010/13, стара редакция, обаче следва, че на този въпрос следва да се отговори отрицателно. Всъщност от тези разпоредби следва, че съобщенията във връзка с предавания на телевизионен оператор трябва да се квалифицират като телевизионна реклама. Ето защо същите трябва да се изключат от изчисляването на лимитите за излъчване на реклама само ако става въпрос за съобщения, направени от телевизионен оператор във връзка с неговите собствени предавания.

29. Съгласно член 1, параграф 1, буква з) от Директива 2010/13, стара редакция, „аудио-визуално търговско съобщение“ означава „образи със или без звук, които са предназначени да рекламират, пряко или непряко, стоки, услуги или имидж на физическо или юридическо лице, извършващо стопанска дейност. Такива образи придружават или се включват в дадено предаване срещу заплащане или подобно възнаграждение, или с цел осигуряване на самореклама. Формите на аудио-визуалното търговско съобщение включват […] inter alia, телевизионна реклама […].“

30. Съгласно член 1, параграф 1, буква и) от Директива 2010/13, стара редакция, „телевизионна реклама“ означава „всяка форма на съобщение, излъчено срещу заплащане или подобно възнаграждение, или излъчено с цел осигуряване на самореклама на публично или частно предприятие, или на физическо лице във връзка с търговия, стопанска дейност, занаят или професия, имащо за цел да се популяризира доставянето на стоки и услуги […] срещу заплащане“.

31. Предаването на телевизионни съобщения, в това число чрез разпространение на телевизионен сигнал, представлява предоставяне на услуги по смисъла на член 56 ДФЕС[6]. Последното е изрично изяснено в съображение 6 от Директива 89/552/ЕИО[7] („Телевизия без граници“), предшестваща Директива 2010/13. Съображения 21 и 35 от Директива 2010/13, стара редакция, също се отнасят до „услугите“, които попадат в обхвата на понятието за аудио-визуални медийни услуги, респ. на тази директива. Освен това съгласно член 1, параграф 1, буква а), подточка i) „аудио-визуална медийна услуга“ означава услуга, така както е определена в членове 56 и 57 ДФЕС, чиято основна цел е осигуряването на предавания за информиране, забавление или образоване на широката общественост.

32. Ето защо съобщенията, направени от телевизионния оператор във връзка с предавания, са предназначени да рекламират услуги по смисъла на член 1, параграф 1, буква з) от Директива 2010/12, стара редакция, и следователно трябва да се квалифицират като „аудио-визуално търговско съобщение“ по смисъла на тази разпоредба. Аналогично, подобни съобщения попадат в обхвата на понятието „телевизионна реклама“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква и) от Директива 2010/13, стара редакция, доколкото последната представлява форма на съобщение, излъчено с цел осигуряване на самореклама на публично или частно предприятие във връзка със стопанска дейност, чиято цел е да се популяризира доставянето на услуги срещу заплащане.

33. Оттук следва, че е неправилно да се прави предполагаемо разграничение — по подобие на RTI — между неутралните съобщения с чисто информативен характер, от една страна, и рекламата в смисъл на възхваляване на стока или услуга, от друга. Дори съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с предавания, да имат информативен характер, целта на същите все пак е телевизионните зрители да видят тези предавания и да се доставят услуги срещу заплащане. Освен това дерогиращата разпоредба на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, би била ненужна, ако „съобщения[та], направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, не попадат в обхвата на понятието за телевизионна реклама и следователно в обхвата на член 23, параграф 1.

34. Обстоятелството, че член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, се отнася до *„съобщения*, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“[8], а не до *„реклама*, направена от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, също не позволява да се постави под въпрос квалифицирането на такива съобщения като самореклама, а оттам и като телевизионна реклама. Напротив, понятието „съобщения във връзка със собствени предавания“ е просто синоним на „реклама на собствени предавания“. Това се потвърждава от факта, че в текста на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, се използва изразът „messages diffusés par l’organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes“. Понятието „messages“ се съдържа и в текста на Директивата на френски език,

6 Вж. решение от 13 декември 2007 г. United Pan-Europe Communications Belgium и др. (C-250/06, EU:C:2007:783, т. 28 и цитираната съдебна практика).

7 Директива 89/552/ЕИО на Съвета от 3 октомври 1989 година относно координирането на някои разпоредби, формулирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до упражняване на телевизионна дейност (ОВ L 298, 1989 г., стр. 23; Специално издание на български език, 2007 г., глава 6, том 1, стр. 215).

8 Вж. също напр. на английски: „announcements made by the broadcaster in connection with its own programmes“, на френски: „messages diffusés par l’organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes“, на италиански: „annunci dell’emittente relativi ai propri programmi“ и на немски език: „Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Sendungen“.

а именно в съображение 85 във връзка с „publicitaires“ („messages publicitaires“), докато на това място в текстовете на други езици се използват понятия като „реклама“ или „рекламни спотове“ [9].

35. В съответствие с това съображение 96 от Директива 2010/13, стара редакция, също изяснява, че „дейностите по самореклама са особена форма на реклама, в която телевизионният оператор представя собствените си продукти, услуги, предавания или канали“. Освен това по отношение на предхождащата я Директива 89/552 Съдът посочва, че поощряването да се следят други предавания на даден оператор, представлява реклама [10].

36. Обратно на мнението на RTI, от съображение 96, второ изречение от Директива 2010/13, стара редакция, съгласно което „в частност кадри, състоящи се от откъси от предавания, следва да се третират като предавания“, не може да се направи изводът, че съобщенията относно бъдещи предавания не попадат в обхвата на понятието за реклама. Всъщност предаването на кадри е предназначено да рекламира услуги (а именно предавания, откъси от които са кадрите) (член 1, параграф 1, буква з) от Директива 2010/13, стара редакция). Аналогично, става въпрос за съобщение, имащо за цел да се популяризира доставянето на услуги (член 1, параграф 1, буква и). Както изтъква Италия в съдебното заседание, следователно трябва да се приеме, че излъчването на кадри представлява реклама на съответните предавания. Ето защо кадрите са обхванати от изключението по член 23, параграф 2 само ако става въпрос за кадри от собствените предавания на телевизионния оператор, който ги излъчва.

37. Обратно на мнението на RTI, по отношение на критерия за възмездност на услугите не е от значение дали телевизионният канал е свободно достъпен или платен частен канал. Всъщност свободно достъпните канали по принцип се финансират от реклами. Саморекламата има за цел по-широка аудитория, която представлява основна база за изчисление на цената на рекламното време. Ето защо излъчването на реклама на свободно достъпни предавания също представлява съобщение, имащо за цел да се популяризира пряко доставянето на рекламни услуги срещу заплащане.

38. Действително, съгласно съдебната практика предавания на обществени медии, които се финансират чрез такси за радио- и телевизионно разпространение, определени и събирани от държавата, или чрез държавни субсидии, не представляват възмездни услуги по смисъла на правото в областта на ДДС [11].

39. Това обаче не означава, че съобщенията във връзка с предавания на такива медии, във всички случаи, ако последните излъчват и реклама срещу заплащане [12], не „представляват аудио-визуално търговско съобщение“, респ. „телевизионна реклама“ по смисъла на член 1, параграф 1, букви з) и и) от Директива 2010/13, стара редакция. Буква и) изрично се отнася и до публични оператори. Освен това съображение 21 уточнява, че определението за „аудио-визуални медийни услуги“ следва да обхваща услуги по смисъла на Договора за функционирането на ЕС и следователно включва всяка форма на стопанска дейност, включително тези на публичните предприятия.

[9] Вж. напр. на немски:„Werbeeinschübe“, на английски: „advertising“ и на италиански език: „pubblicità“.

[10] Решение от 18 октомври 2007 г., Österreichischer Rundfunk (C-195/06, EU:C:2007:613, т. 45).

[11] Вж. решения от 22 юни 2016 г., Český rozhlas (C-11/15, EU:C:2016:470, т. 23—28, 36 и диспозитива), и от 16 септември 2021 г., Българска национална телевизия (C-21/20, EU:C:2021:743, т. 32—34, 39 и т. 1 от диспозитива).

[12] Може да остане отворен въпросът как би следвало да се оцени специалният случай на самореклама на публичен канал, който се финансира единствено от данъци и не излъчва каквато и да е реклама на трети лица. При всички положения по настоящото дело не е налице такъв специален случай.

40. Това е логично. Действително, може да е оправдано конкретните разпоредби относно рекламното време да се различават поради различното финансиране на различните канали, тъй като в това отношение същите се намират в различни положения[13]. Няма причина обаче определена група телевизионни оператори по принцип и изначално да бъде изключена от обхвата на разпоредбите относно телевизионната реклама. Всъщност целта за защитата на потребителите като телевизионни зрители срещу прекомерната реклама, на която се основават директивите относно предоставянето на аудио-визуални медийни услуги[14], следва да се прилага за всички телевизионни оператори, които излъчват реклама на трети лица.

41. Всичко това потвърждава, че съобщенията, направени от телевизионен оператор във връзка с предавания, представляват телевизионна реклама. Тя е изключена от изчисляването на лимитите за излъчване на реклама съгласно член 23, параграф 1 от Директива 2010/13, стара редакция, само ако става дума за „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ съгласно параграф 2 от тази разпоредба.

42. Изключването на саморекламата от изчисляването на лимитите за излъчване на реклама е привилегия, която законодателят предоставя на телевизионните оператори. От една страна, тя изглежда обоснована от особеното ѝ значение за обществения интерес, подчертан по-специално в съображение 5 от Директива 2010/13, стара редакция (гарантиране на свободата на информацията, многообразието на мненията и медийния плурализъм). От друга страна, следва да се приеме, че телевизионните оператори не използват прекомерно привилегията за излъчване на (безвъзмездна) самореклама, доколкото това в противен случай би могло да е в минус за привлекателността на предаванията им за телевизионните зрители (а оттам пряко и за приходите им от платени рекламни услуги).

43. С последната част от петия въпрос запитващата юрисдикция иска да се установи дали член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, представлява дерогираща норма и поради това следва да се тълкува стриктно. В тази насока RTI изтъква, че съгласно практиката на Съда в решение ARD ограниченията на основната свобода на свободно излъчване на телевизионни предавания следва да се тълкува стриктно[15]. В него обаче Съдът просто уточнява, че подобно ограничение следва да се тълкува стриктно, ако не е формулирано ясно и недвусмислено.

44. Разглежданото в случая ограничение на дела на спотовете за телевизионна реклама и телевизионно пазаруване от програмното време чрез член 23, параграф 1 от Директива 2010/13, стара редакция, обаче е формулирано ясно и недвусмислено. То е израз на принципа, че в областта на телевизионната реклама свободното предоставяне на услуги е ограничено. Всъщност в случая основният принцип не е свободното, неограничено излъчване, а времевото му ограничаване в интерес на потребителите като телевизионни зрители, което е подчертано в съображение 83 от Директива 2010/13, стара редакция. Както е постановил Съдът, по-специално обхватът на понятието „телевизионна реклама“ трябва да се преценява с оглед на посочената цел[16]. По същия начин, член 23, параграф 2,

[13] Вж. по аналогия решение от 18 юли 2013 г., Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, т. 18—23).

[14] Вж. решения от 18 октомври 2007 г., Österreichischer Rundfunk (C-195/06, EU:C:2007:613, т. 26—28), и от 18 юли 2013 г., Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, т. 17 и цитираната съдебна практика), както и съображение 83 от Директива 2010/13, стара редакция.

[15] Решение от 28 октомври 1999 г., ARD (C-6/98, EU:C:1999:532, т. 29—31).

[16] Вж. позоваванията в бележка под линия 14.

съгласно който „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, са изключени от лимитите за излъчване на реклама, е формулиран ясно и недвусмислено.

45. По отношение на тълкуването на Директивата в светлината на основните свободи също не се откриват индиции, въз основа на които ограничаването на рекламата, предвидено в член 23, параграф 1 от Директива 2010/13, стара редакция, да представлява непропорционално ограничение на свободното предоставяне на услуги. Както Съдът сам отбелязва, целта на правилата относно времето за излъчване на телевизионни реклами, установени от директивите в областта на предоставянето на аудио-визуални медийни услуги, е да се установи балансирана защита на финансовите интереси на телевизионните оператори и рекламодателите, от една страна, и на интересите на носителите на права, а именно авторите и творците, както и на потребителите като телевизионни зрители, от друга. В това отношение те могат да обосноват ограниченията на свободното движение на услуги в областта на телевизионната реклама [17].

46. Ето защо нито ограничението на свободното предоставяне на рекламни услуги, предвидено в член 23, параграф 1 от Директива 2010/13, стара редакция, следва да се тълкува особено стриктно, нито изключението досежно съобщенията във връзка със собствени предавания съгласно параграф 2 от тази разпоредба следва да се тълкува особено широко. Напротив, двата параграфа следва да се тълкуват в съответствие със структурата и смисъла и целта на Директива 2010/13, стара редакция [18].

Б. По понятието „предаване“ по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция

47. С въпроси от първи до четвърти запитващата юрисдикция по същество иска да се установи дали е възможно съобщения, направени от телевизионен оператор във връзка с радиостанция от същата издателска група, да попадат в обхвата на понятието „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“ съгласно член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция.

48. От цитираното определение във връзка с определението на понятието „предаване“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква б) от Директива 2010/13, стара редакция, както и в допълнение с определението на понятието „телевизионно излъчване“ в буква д) от същата разпоредба следва, че по принцип това не е така.

49. От тези определения е видно, че „предаване“ означава „поредица от движещи се образи със или без звук“, а „телевизионно излъчване“ означава „аудио-визуална медийна услуга, предоставена от доставчик на медийни услуги за едновременно гледане на предавания въз основата на програмна схема“. В тази насока съобщенията във връзка с предавания или програми на радиостанция, които съдържат само звук, но не и образи, не могат да са „съобщения […] във връзка със собствени предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция.

[17] Вж. решения от 23 октомври 2003 г., RTL Television (C-245/01, EU:C:2003:580, т. 71 и цитираната съдебна практика), и от 18 юли 2013 г., Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, т. 18 и цитираната съдебна практика).

[18] Вж. в този смисъл решение от 24 ноември 2011 г., Комисия/Испания (C-281/09, EU:C:2011:767, т. 48 и 49).

50. Това е логично, доколкото радиоуслугите изобщо не са обхванати от приложното поле на директивите за аудио-визуалните медийни услуги. Всъщност, първоначално Комисията включва и радиото в зелената си книга „Телевизия без граници“ от 1984 г.[19]. Първоначалното предложение на Комисията за директива „Телевизия без граници“ 89/552 също го предвижда[20]. По-специално по настояване на германските федерални провинции, които се страхуват за регулативните си правомощия в тази област, обаче впоследствие радиото е изключено от обхвата на Директива 89/552[21]. Това остава така и с приемането на Директива 2010/13: видно от съображение 23 от нея, понятието „аудио-визуални“ следва да се отнася за движещи се образи със или без звук, което включва неми филми, но не включва аудиоизлъчвания или радиоуслуги. Както отбелязва Elemedia в съдебното заседание по настоящото дело, това продължава да се прилага след изменението на тази директива с Директива 2018/1808 (вж. член 1, параграф 1, буква б) от Директива 2010/13 в редакцията, изменена с Директива 2018/1808).

51. Както пак Elemedia посочва, радиоуслугите, от една страна, и аудио-визуалните медийни услуги, от друга, все още представляват отделни пазари, въпреки че аудио-визуалните услуги са свързани с наличието на кросмедии и сближаване. Вероятно това е и причината, поради която законодателят на Съюза решава да продължи да изключва радиоуслугите от обхвата на Директива 2010/13, изменена с Директива 2018/1808, въпреки това сближаване, което през 2013 г. е предмет на зелена книга на самата Комисия[22] и което е споменато в съображение 1 от Директива 2018/1808.

52. Ето защо застъпеното от RTI тълкуване, че рекламата от страна на телевизионен оператор на предавания и излъчвания на радиостанция също би могла да се изключи като самореклама от изчисляването на лимитите за излъчване на реклама, би било неразрешено разширяване на обхвата на Директива 2010/13. Такова разширяване би могло да доведе до нарушаване на конкуренцията в ущърб на радиоуслуги, които не са обединени в групи с телевизионни оператори, а оттам и до нарушаване на конкуренцията на пазар, който по волята на законодателя изобщо не е обхванат от правилата на правото на Съюза относно аудио-визуалните медийни услуги.

53. Поради това въпросът дали съобщения във връзка с предавания на радиостанция попадат в обхвата на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, не се отнася и до свободата на действие, предоставена на държавите членки с член 4, параграф 1 и изяснена в съображения 41 и 83. Въз основа на тези разпоредби те могат да предвидят както по-строги, така и по-подробни правила в рамките на прага, предвиден в член 23 от Директива 2010/13, стара редакция[23]. В настоящия случай обаче се поставя въпросът кои предавания попадат в обхвата на почасовите лимити за излъчване, а следователно и за определянето на правната уредба на Съюза, в рамките на която държавите членки изобщо имат регулаторна свобода на действие.

[19] Вж. Телевизия без граници, Зелена книга за създаването на общ пазар за радио- и телевизионното разпространение, по-специално чрез спътник и кабелно, COM(84) 300 окончателен.

[20] Вж. по-специално член 21 от Предложението и от измененото Предложение на Комисията за директива на Съвета относно координирането на някои разпоредби, формулирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до упражняване на радио дейност, COM(86) 146 окончателен и COM(88) 154 окончателен.

[21] Вж. по този въпрос Bundesverfassungsgericht (Федерален конституционен съд, Германия), решение от 22 март 1995 г., 2 BvG 1/89, BVerfGE 92, 203, Директива „Телевизия без граници“ на ЕО, т. 39 и 40.

[22] Вж. Зелена книга относно подготовката за един напълно интегриран аудио-визуален свят: растеж, творчество и ценности, COM(2013) 231 окончателен.

[23] Вж. решение от 18 юли 2013 г. Sky Italia (C-234/12, EU:C:2013:496, т. 13 и 14); вж. и решение от 17 февруари 2016 г., Sanoma Media Finland — Nelonen Media (C-314/14, EU:C:2016:89, т. 33, 55 и 60).

54. Ето защо съобщенията, които са направени от телевизионен оператор във връзка с предавания или програми на радиостанция и съдържат само звук, но не и образи, не могат да се считат за „съобщения“ по смисъла на член 23, параграф 2 във връзка с член 1, параграф 1, буква б) от Директива 2010/13, стара редакция.

55. Действително понастоящем радиостанциите имат уебсайтове, на които са достъпни предаванията им, често придружени от изображения. Ако обаче са само помощно средство и служат за допълнение към основната дейност на радиостанцията, тези аудио-визуални елементи не могат да превърнат радиопредаванията в „аудио-визуални медийни услуги“, които попадат в обхвата на Директива 2010/13, стара редакция.

56. Така по дело относно видеоматериали, достъпни на страницата на онлайн изданието на вестник, Съдът постановява, че понятието „предаване“ по смисъла на член 1, параграф 1, буква б) от Директива 2010/13, стара редакция, действително може да включва в обхвата си такива видеоматериали, доколкото тяхната форма и съдържание са сравними с тези на телевизионното излъчване. Такъв би могъл да е случаят при радиопредавания, придружени с образи.

57. Съдът обаче изяснява, че съответните видеоматериали попадат в обхвата на понятието за „аудио-визуална медийна услуга“ съгласно член 1, параграф 1, буква а), подточка i) (оттам и в обхвата на Директивата) само ако услугата по предоставянето им на разположение представлява самостоятелна, делима от същинската дейност на доставчика основна цел, а не е просто неделимо от тази дейност допълнение към нея (вж. и съображение 22). Това не е така, когато аудио-визуалните съдържания не са основна цел, както при интернет страници, които съдържат аудио-визуални елементи само като помощно средство [24].

58. Ето защо интернет страницата на радиостанция, въпреки аудио-визуалните елементи, които съдържа, не трябва да се счита за аудио-визуална медийна услуга, ако тези елементи са само второстепенни и просто допълват услугата на радиостанцията. Съответно съобщенията във връзка с предавания на радиостанция могат да представляват „съобщения […] във връзка с […] предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, само ако тези предавания представляват самостоятелна, делима от същинската дейност на радиостанцията аудио-визуална медийна услуга.

59. Запитващата юрисдикция трябва да прецени дали рекламираните в случая предавания на R101 съдържат аудио-визуални елементи и ако е така, дали същите представляват просто допълнение към съответните радиопредавания или пък самостоятелна аудио-визуална медийна услуга. Видно от представените пред Съда данни и обсъжданията в съдебното заседание, няма никакви доказателства, които да подкрепят последното.

60. Във всеки случай съобщенията във връзка с предавания на радиостанция могат да бъдат „съобщения […] във връзка с неговите собствени предавания“ по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, само ако става дума не само за съобщения във връзка с „предавания“, но и за съобщения във връзка със „собствени“ предания по смисъла на Директивата. Именно този втори критерий ще разгледам по-долу.

[24] Решение от 21 октомври 2015 г., New Media Online (C-347/14, EU:C:2015:709, т. 24, 26, 33, 34, 37 и диспозитивът). Тази съдебна практика е отразена в съображение 3 от Директива 2018/1808.

B. По понятието „собствено предаване“ по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция

61. Според RTI съобщенията, направени от телевизионен оператор във връзка предавания на друг канал, се считат за „съобщения […] във връзка със собствени предавания“ на телевизионния оператор по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, ако двата канала са част от една и съща група. Това следвало от концепцията за предприятието като стопанска единица, както е развита от Съда в конкурентното право и както понастоящем е призната и в член 23, параграф 2, буква а) от Директива 2010/13, изменена с Директива 2018/1808.

62. След изменението на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция, с Директива 2018/1808 от изчисляването на почасовите лимити за излъчване на реклама съгласно параграф 1 от тази разпоредба вече са изключени не само „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, но и „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка […] с предавания и аудио-визуални медийни услуги на други субекти, които са част от същата излъчваща група“.

63. Съображение 43 от Директива 2018/1808 обаче сочи, че става дума за нови правила, т.е. за изменение на досегашното правно положение. То гласи, че „много телевизионни оператори са част от по-големи излъчващи групи и правят съобщения не само във връзка със собствените си предавания […], но и във връзка с предаванията и аудио-визуалните медийни услуги на […] същата излъчваща група“ и че „[п]рограмното време, отделяно за такива съобщения, следва също да не бъде включвано в максималната продължителност на програмното време, което може да бъде отделено за телевизионна реклама и телевизионно пазаруване“.

64. Ето защо член 23, параграф 2, буква а) от Директива 2010/13 в редакцията, изменена с Директива 2018/1808, която не се прилага (вж. т. 24 по-горе) към разглежданите в случая факти, не може да се счита за уточняване на съществуващото преди това правно положение.

65. Обратно на мнението на RTI, тези нови правила не могат да се разбират и като израз на общ принцип, че предприятията от една група образуват стопанска единица, в която отговорността за действията на дъщерно дружество се следва да се вмени на дружеството майка.

66. Действително в тази насока RTI използва както правото в областта на конкуренцията [25], така и примера от правото в областта на обществените поръчки, че групите от икономически оператори евентуално могат да използват капацитета на други членове на групата при изпълнението на договорите за обществени поръчки [26]. Тези концепции обаче почиват на правни и организационни взаимовръзки между предприятията, които оправдават реципрочната отговорност за действия и капацитети в рамките на стопанската единица и които се обясняват с регулаторната рамка на съответните правни отрасли —

[25] Вж. цитираното по-горе в точка 5 решение от 27 април 2017 г., Akzo Nobel и др./Комисия (C-516/15 P, EU:C:2017:314, т. 46—48 и цитираната съдебна практика).

[26] Вж. член 63, параграф 1, четвърта алинея във връзка с член 19, параграф 2 от Директива 2014/24/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 26 февруари 2014 година за обществените поръчки и за отмяна на Директива 2004/18/ЕО (ОВ L 94, 2014 г., стр. 65)

право в областта на конкуренцията и право в областта на обществените поръчки [27]. Тяхната логика може да се приложи към сектора на аудио-визуалните медийни услуги, ако предприятие от него следва да бъде разгледано от гледна точка на правото в областта на конкуренцията или участва в процедура за възлагане на обществена поръчка.

67. За разлика от разгледаните по-горе концепции обаче, по отношение на отговора на въпроса кога предаване на телевизионен оператор се счита за „собствено предаване“, в Директива 2010/13, стара редакция, се говори не за правните и организационни структури и взаимовръзки между предприятията, а за редакционна отговорност за съответните предавания. Както изяснява съображение 25, понятието „редакционна отговорност“ е основополагащо за определяне на ролята на доставчика на медийни услуги, и следователно за дефинирането на аудио-визуалните медийни услуги. В съответствие с това член 1, параграф 1, буква а), подточка i) предвижда, че „аудио-визуална медийна услуга“ означава услуга, която е в рамките на редакционната отговорност на доставчик на медийни услуги. Съгласно буква г) от тази разпоредба „доставчик на медийна услуга“ означава физическото или юридическото лице, което носи редакционна отговорност за избора на аудио-визуалното съдържание на аудио-визуалната медийна услуга и определя начина, по който тя е организирана. Буква е) от тази разпоредба предвижда, че „телевизионен оператор“ означава доставчик на медийни услуги за телевизионни излъчвания.

68. Съгласно член 1, параграф 1, буква в) от Директива 2010/13, стара редакция, „редакционна отговорност“ означава упражняването на ефективен контрол както върху избора на предавания, така и върху тяхната организация, както в хронологичен ред при телевизионни излъчвания, така и в каталог при аудио-визуални медийни услуги по заявка. В тази насока редакционната отговорност не включва непременно юридическа отговорност съобразно националното законодателство по отношение на съдържанието на предоставената услуга.

69. Обратно на твърденията на RTI в съдебното заседание по настоящото дело, това понятие за редакционна отговорност по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция, не може да се приравни на вида на контрола, използван от Съда, за да установи, че дружество майка и дъщерно дружество образуват единен стопански субект. В това отношение Съдът се позовава на обстоятелството, че макар да има отделна правосубектност, дъщерното дружество не определя самостоятелно пазарното си поведение, а по същество изпълнява указанията, които му дава дружеството майка, по-конкретно с оглед на икономическите, организационните и юридическите връзки между тези два правни субекта [28].

70. Както отбелязва Италия в съдебното заседание, въпреки евентуалното наличие на такива връзки между RTI и каналите, които същото притежава, не изглежда вероятно холдингово дружество като RTI да определя конкретното съдържание на предаванията и подробния избор на предаванията на този канал. Elemedia смята, че RTI е просто финансов холдинг, притежаващ дялове в много канали, всеки от които сам носи редакционната отговорност за предаванията си.

[27] Фактът, че понятието за предприятие в конкурентното право не може автоматично да е относимо към други регулаторни обстоятелства, без това да е изрично регламентирано, следва и от член 83, параграфи 4—6 във връзка със съображение 10 от Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета от 27 април 2016 година относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО (Общ регламент относно защитата на данните) (ОВ L 119, 2016 г., стр. 1 и поправка в ОВ L 127, 2018 г., стр. 2); вж. по този въпрос заключението на генерален адвокат Campos Sánchez-Bordona по дело Deutsche Wohnen (C-807/21, EU:C:2023:360, т. 44—50).

[28] Вж. решение от 27 април 2017 г. Akzo Nobel и др./Комисия (C-516/15 P, EU:C:2017:314, т. 52 и цитираната съдебна практика).

71. RTI обаче твърди, че не е само финансов холдинг, а взима крайните решения относно определянето на редакционната политика на всички дружества от групата. Според RTI това трябва да се приравни на редакционна отговорност по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция. В този аспект то се позовава по-специално на констатацията на Съда по дело Baltic Media Alliance, че редакционната отговорност означава, че лицето има властта да взема крайните решения за предлагания аудио-визуален продукт като такъв [29].

72. Ето защо в крайна сметка запитващата юрисдикция трябва да изясни дали контролът, който RTI упражнява както върху предаванията и излъчването на R101 (радиостанцията, за чиито предавания се отнася рекламата), така и върху предаванията на Canale 5, Italia 1 и Rete 4 (телевизионните оператори, които правят съобщенията във връзка с R101), следва да се приравни на „редакционна отговорност“ по смисъла на Директива 2010/13, стара редакция.

73. Само ако това е така както за каналите Canale 5, Italia 1 и Rete 4, така и за R101, съобщенията във връзка със съответните предавания на R101 могат да бъдат „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, по смисъла на член 23, параграф 2 от Директива 2010/13, стара редакция — все при условие че тези предавания изобщо представляват „аудио-визуални медийни услуги“ по смисъла на Директивата (вж. т. 61 и 62 по-горе).

V. Заключение

74. Предвид изложените съображения предлагам на Съда да отговори на отправените от Consiglio di Stato (Държавен съвет, Италия) преюдициални въпроси, както следва:

„Член 23, параграф 2 във връзка с член 1, параграф 1, букви а)—е), з) и и) от Директива 2010/13/ЕС, в редакцията ѝ преди изменението с Директива (ЕС) 2018/1808, трябва да се тълкува в смисъл, че съобщенията, направени от телевизионен оператор във връзка с предавания или програми на радиостанция, не попадат в обхвата на понятието „съобщения, направени от телевизионния оператор във връзка с неговите собствени предавания“, по смисъла на тази разпоредба. Изключение от това е налице само ако рекламираните предавания представляват самостоятелни аудио-визуални медийни услуги по смисъла на член 1, параграф 1, буква а), подточка i), които са отделими от основната цел на дейността на радиостанцията и за които телевизионният оператор носи редакционна отговорност по смисъла на член 1, параграф 1, буква в)“.

[29] Решение от 4 юли 2019 г., Baltic Media Alliance (C-622/17, EU:C:2019:566, т. 43).