JULIANE KOKOTT
FŐTANÁCSNOK INDÍTVÁNYA
Az ismertetés napja: 2023. július 13. [1]

**C-255/21. sz. ügy**

**Reti Televisive Italiane SpA (RTI)**
**kontra**
**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni;**
**az Elemedia SpA,**
**a Radio Dimensione Suono SpA,**
**a RTL 102, 5 Hit Radio s.r.l.**
**részvételével**

(a Consiglio di Stato [államtanács, Olaszország] által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem)

„Előzetes döntéshozatal – Audiovizuális médiaszolgáltatások – 2010/13/EU irányelv – Televíziós reklám – 23. cikk – Televíziós reklámra fordítható maximális adásidő – A műsorszolgáltató saját műsorszámaival kapcsolatos közleményekre vonatkozó kivétel – Az azonos műsorszolgáltató csoporthoz tartozó rádióállomásra vonatkozó reklám”

## I. Bevezetés

1. Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló 2010/13/EU irányelv [2] 23. cikkének (2) bekezdése értelmében vett, a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményeinek]” minősülhet-e valamely televíziós műsorszolgáltatónak az ugyanazon műsorszolgáltató csoporthoz tartozó rádióállomásra vonatkozó reklámja, és ekként kizárható-e az említett irányelv alapján a televíziós reklámokra fordítható maximális adásidőbe történő beszámítás alól? Lényegében ez az a kérdés, amelyet a Bíróságnak a jelen előzetes döntéshozatali eljárás keretében meg kell válaszolnia.

[1] Eredeti nyelv: német.

[2] A tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 2010. március 10-i európai parlamenti és tanácsi irányelv (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) (kodifikált változat) (HL 2010. L 95., 1. o.; helyesbítés: HL 2010. L 263., 15. o.).

## II. Jogi háttér

### *A. Az uniós jog*

2. A jelen ügyben az uniós jogi hátteret a 2010/13 irányelv eredeti változata (a továbbiakban: 2010/13 irányelv eredeti változata) jelenti (1.). Ezenkívül a kérdést előterjesztő bíróság a 2010/13 irányelvnek a változó piaci körülményekre tekintettel történő módosításáról szóló (EU) 2018/1808 irányelv[3] jelen ügy szempontjából fennálló jelentőségéről tesz fel kérdést, noha az ezen irányelvvel a 2010/13 irányelvbe beiktatott módosítások az alapügyben nem alkalmazhatóak (2.).

#### *1. A 2010/13 irányelv*

3. A 2010/13 irányelv eredeti változata (5), (21)–(23), (25), (41), (83), (87), (96) és (97) preambulumbekezdésének szövege – kivonatosan – a következő:

„(5) Az audiovizuális médiaszolgáltatások ugyanúgy kulturális, mint gazdasági szolgáltatások. E szolgáltatások külön szabályozását indokolja, hogy növekszik jelentőségük a társadalom és a demokrácia számára – különösen azáltal, hogy biztosítják a tájékozódás szabadságát, a vélemények sokszínűségét és a médiapluralizmust –, valamint az oktatás és a kultúra számára.

[…]

(21) Ezen irányelv alkalmazásában az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalma […] az Európai Unió működéséről szóló szerződésben meghatározott szolgáltatásokra korlátozódik, ennek megfelelően kiterjed a gazdasági tevékenység minden formájára, ezen belül a közszolgálati vállalkozások tevékenységére is […]

(22) Ezen irányelv alkalmazásában az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalma a tömegkommunikációs médiaszolgáltatásnak a nagy nyilvánosságot tájékoztató, szórakoztató és oktató funkcióját fedi le, és magában foglalja az audiovizuális kereskedelmi közleményt […] E fogalommeghatározás kizárja mindazon szolgáltatásokat, amelyek elsődleges célja nem a műsorszolgáltatás, tehát azokat is, amelyekhez esetlegesen kapcsolódhat ugyan audiovizuális tartalom, de a szolgáltatásnak nem ez az elsődleges célja. Ilyen szolgáltatás például az olyan weboldalak fenntartása, amelyek csupán kiegészítésképpen tartalmaznak audiovizuális elemeket, mint például grafikus animációt, rövid reklámbejátszást, termékkel vagy nem audiovizuális szolgáltatással kapcsolatos tájékoztatást. […]

(23) Ezen irányelv alkalmazásában az »audiovizuális« kifejezés a hangos vagy néma mozgóképre utal, így a némafilmeket is magában foglalja, de nem terjed ki a hangátviteli vagy rádiós szolgáltatásokra. […]

[…]

[3] A tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról szóló, 2018. november 14-i (EU) 2018/1808 európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2018. L 303., 69. o.).

(25) A médiaszolgáltató és így az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalmának meghatározása szempontjából alapvető fontosságú a szerkesztői felelősség fogalma. […]

[…]

(41) A tagállamoknak lehetőséget kell adni arra, hogy az ezen irányelvvel összehangolt területeken a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatókra szigorúbb vagy részletesebb szabályokat alkalmazzanak, biztosítva egyúttal, hogy e szabályok az uniós jog elveivel összhangban vannak. […]

[…]

(83) Annak biztosítására, hogy a fogyasztók, mint televíziónézők érdekei teljesen és megfelelően védettek legyenek, alapvető, hogy a televíziós hirdetésre bizonyos számú minimális szabály és norma vonatkozzék, és hogy a tagállamok fenntartsák a jogot részletesebb és szigorúbb szabályok bevezetésére, és bizonyos körülmények között eltérő feltételeket szabhassanak meg a joghatóságuk alá tartozó televíziós műsorszolgáltatók számára.

[…]

(87) Óránkénti 20%-os korlátozást kell megállapítani televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások tekintetében, ezt a korlátozást a főműsoridőre is alkalmazni kell. A televíziós reklámbejátszás fogalma alatt az 1. cikk (1) bekezdésének i. alpontjában meghatározott, tizenkét percet meg nem haladó időtartamú televíziós reklámot kell érteni.

[…]

(96) Szükséges tisztázni, hogy az önreklámozási tevékenységek a reklám egy sajátos formáját alkotják, melynek során a műsorszolgáltató saját termékeit, szolgáltatásait, műsorait vagy csatornáit hirdeti. Különösen, a műsorokból vett kivonatokból álló előzeteseket műsorként kell kezelni.

(97) A televíziós műsorszolgáltató részéről saját műsoraival és a közvetlenül ezekből keletkező kiegészítő termékeivel kapcsolatban tett közleményeire, valamint a díjmentesen közvetített közszolgálati közleményekre és jótékonysági felhívásokra biztosított napi adásidőt nem kell beszámítani abba a napi vagy óránkénti adásidőbe, amely reklámra és televíziós vásárlásra biztosítható.”

4. A 2010/13 irányelv eredeti változatának 1. cikke fogalommeghatározásokat tartalmaz, (1) bekezdésének szövege pedig – kivonatosan – a következő:

„(1) Ezen irányelv alkalmazásában:

a) »audiovizuális médiaszolgáltatás«:

i. az Európai Unió működéséről szóló szerződés 56. és 57. cikkében meghatározott olyan szolgáltatás, amelyért egy médiaszolgáltató szerkesztői felelősséggel rendelkezik, és amelynek elsődleges célja műsorszámoknak tájékoztatás, szórakoztatás vagy oktatás céljából a közönséghez történő eljuttatása […]. […]

ii. audiovizuális kereskedelmi közlemény;

b) »műsorszám«: hangos vagy néma mozgóképek sorozata, amely egy médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot, és amelynek formája és tartalma a televíziós műsorszolgáltatáséhoz hasonlítható. A műsorszámok magukban foglalják például az egész estés filmeket, sporteseményeket, vígjátékokat, dokumentumfilmeket, gyermekműsorokat és az eredeti drámákat;

c) »szerkesztői felelősség«: a műsorszámok kiválasztása és összeállítása – televíziós műsorszolgáltatás esetében a műsorszámok időbeli összeállítása, lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások esetében pedig a műsorkínálat összeállítása – során megvalósuló tényleges ellenőrzés. A szerkesztői felelősség nem eredményezi szükségszerűen a nemzeti jog szerinti jogi felelősséget a nyújtott tartalom vagy szolgáltatás tekintetében;

d) »médiaszolgáltató«: az a természetes vagy jogi személy, aki vagy amely szerkesztői felelősséggel rendelkezik az audiovizuális médiaszolgáltatás audiovizuális tartalmának megválasztásáért, és meghatározza annak összeállítását;

e) »televíziós műsorszolgáltatás« (azaz lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás): a médiaszolgáltató által nyújtott, műsorszámok műsorrend alapján történő egyidejű megtekintését lehetővé tévő audiovizuális médiaszolgáltatás;

f) »műsorszolgáltató«: televíziós műsorszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató;

[…]

h) »audiovizuális kereskedelmi közlemény« olyan hangos vagy néma képek, amelyek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen képek fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából kísérnek egy műsorszámot, vagy szerepelnek abban. Az audiovizuális kereskedelmi közlemény formái közé tartozik többek között a televíziós reklám, a támogatás, a televíziós vásárlás és a termékmegjelenítés;

i) »televíziós reklám« bármilyen formájú közlemény, amelyet köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából egy szakma, üzlet, foglalkozás vagy hivatás tekintetében közvetít annak érdekében, hogy fizetés ellenében előmozdítsa áruk vagy szolgáltatások értékesítését, beleértve az ingatlanokat, a jogokat és a kötelezettségeket is;

[…]”

5. A 2010/13 irányelv eredeti változata 4. cikkének (1) bekezdése a következőképpen rendelkezik:

„(1) A tagállamoknak továbbra is jogukban áll előírni, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók az ezen irányelv által összehangolt területeken részletesebb vagy szigorúbb szabályoknak feleljenek meg, feltéve, hogy e szabályok megfelelnek az uniós jognak.”

6. A 2010/13 irányelv eredeti változatának 23. cikke a következőket írja elő:

„(1) A televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások aránya egész órától egész óráig tartó időtartamon belül nem haladhatja meg a 20%-ot.

(2) Az (1) bekezdés nem alkalmazandó a műsorszolgáltató által saját műsorszámairól vagy a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó termékekről szóló hirdetésekre, a támogatói közleményekre vonatkozó hirdetésekre és a termékmegjelenítésre."

*2. A 2018/1808 irányelv*

7. A 2018/1808 irányelv módosította a 2010/13 irányelv bizonyos részeit. Ezen irányelv (1), (3) és (43) preambulumbekezdésének szövege – kivonatosan – a következő:

„(1) 2007-ben a 2007/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv elfogadásával módosult utoljára jelentős mértékben a 89/552/EGK tanácsi irányelv, melyet később a 2010/13/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv kodifikált. Azóta az audiovizuális médiaszolgáltatások piaca jelentős és gyors átalakuláson esett át a televízió és az internetes szolgáltatások folyamatos konvergenciája miatt. […]

[…]

(3) A 2010/13/EU irányelvet csak azokra a szolgáltatásokra kell továbbra is alkalmazni, amelyek elsődleges célja tájékoztató, szórakoztató vagy oktató műsorszámok szolgáltatása. Az elsődleges cél követelményét abban az esetben is teljesítettnek kell tekinteni, ha a szolgáltatásnak olyan audiovizuális tartalma és formája van, amely a szolgáltató fő tevékenységétől elválasztható, például az online újságoknak az olyan, audiovizuális műsorszámokat vagy felhasználó által létrehozott videókat bemutató önálló részei, amelyek a szolgáltató fő tevékenységétől elválaszthatónak tekinthetők. Egy szolgáltatást akkor kell csak a fő tevékenységtől elválaszthatatlan kiegészítő elemnek tekinteni, ha az az audiovizuális kínálat és a fő tevékenység – például írásbeli formában történő hírszolgáltatás – közötti kapcsolatok eredménye. […]

[…]

(43) A televíziós műsorszolgáltató által saját műsorszámaival és a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó kiegészítő termékeivel kapcsolatban tett közleményekre, vagy a közszolgálati közleményekre és – a felhívás közvetítésével járó költségeket leszámítva – díjmentesen közvetített jótékonysági felhívásokra biztosított adásidőt nem kell beszámítani abba a maximális adásidőbe, amely televíziós reklámra és televíziós vásárlásra fordítható. Ezen túlmenően számos műsorszolgáltató nagyobb műsorszolgáltató csoport tagjaként nemcsak a saját műsorszámaival és a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó kiegészítő termékekkel kapcsolatos hirdetményeket jelenít meg, hanem az ugyanazon műsorszolgáltató csoporthoz tartozó más egységek műsorszámaival és audiovizuális médiaszolgáltatásaival kapcsolatos hirdetményeket is. Az ilyen jellegű hirdetményeket sem kell beszámítani abba a maximális adásidőbe, amely televíziós reklámra és televíziós vásárlásra fordítható."

8. A 2010/13 irányelv 1. cikke (1) bekezdése b) pontjának a 2018/1808 irányelvvel megállapított szövege a következő:

„Ezen irányelv alkalmazásában:

[…]

b) »műsorszám«: hangos vagy néma mozgóképek sorozata, amely – hosszától függetlenül – egy médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot, ideértve többek között az egész estés filmeket, a videóklipeket, a sporteseményeket, a szituációs komédiákat, a dokumentumfilmeket, a gyermekműsorokat és az eredeti drámákat;”

9. A 2010/13 irányelv 23. cikkének a 2018/1808 irányelvvel megállapított szövege a következő:

„(1) A televíziós reklámbejátszások és vásárlási bejátszások aránya a 6:00 és 24:00 óra közötti időszakban nem haladhatja meg ezen időszak 20%-át. A televíziós reklámbejátszások és vásárlási bejátszások aránya a 18:00 és 24:00 óra közötti időszakban nem haladhatja meg ezen időszak 20%-át.

(2) Az (1) bekezdés nem alkalmazandó az alábbiakra:

a) a műsorszolgáltató által a saját műsorszámaival és a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó, kapcsolódó termékekkel vagy műsorszolgáltató csoporthoz tartozó más egységektől származó műsorszámokkal, és audiovizuális médiaszolgáltatásokkal kapcsolatban tett közlemények;

b) támogatói közlemények;

c) termékmegjelenítések;

d) azok a semleges képkockák, amelyek a szerkesztői tartalmat választják el a televíziós reklámbejátszásoktól vagy televíziós vásárlási bejátszásoktól, és az egyes bejátszásokat egymástól.”

## *B. Az olasz jog*

10. A Decreto legislativo del 31 luglio 2005, n. 177 – Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (az audiovizuális és rádiós médiaszolgáltatások egységes szövegéről szóló, 2005. július 31-i 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet) (a továbbiakban: 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet) 38. cikkének (2) bekezdése úgy rendelkezik, hogy a hogy a televíziós reklámbejátszásoknak az általános közszolgálati hírközlés koncessziójogosultján kívüli országos, szabadon akár analóg módon fogható csatornák műsorszolgáltatói által történő közvetítése nem haladhatja meg a napi műsoridő 15%-át, meghatározott és elkülönült egész órától egész óráig tartó időtartamon belül pedig a 18%-ot; az esetleges – egy órán belül 2%-nál nem hosszabb időtartamú – túllépést a megelőző vagy a következő órában kell kiegyenlíteni.

11. A 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 38. cikkének (6) bekezdése úgy rendelkezik, hogy a fent említett (2) bekezdés nem alkalmazandó az akár analóg módon fogható csatornák műsorszolgáltatói által saját műsorszámaival vagy a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó termékekkel kapcsolatban tett közleményekre, a támogatói közleményekre és a termékmegjelenítésre.

12. A 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 52. cikke szabályozza a 38. cikk megsértése esetén alkalmazandó szankciókat.

## III. A tényállás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

13. A Reti Televisive Italiane s.p.a. (a továbbiakban: RTI) rendelkezik a „Canale 5”, „Italia 1” és „Rete 4” televíziós csatornákkal. Ezen túlmenően 80%-os részesedéssel rendelkezik az „R101” rádióállomást üzemeltető Monradio Srl-ben; a fennmaradó 20%-os részesedés egy másik, ugyanahhoz a műsorszolgáltató csoporthoz tartozó társaság tulajdonában áll.

14. Az Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (távközlési felügyeleti hatóság, Olaszország) három, 2017. december 19-i, 2018. január 8-án kézbesített – a „Canale 5”, az „Italia 1”, illetve a „Rete 4” csatornára vonatkozó – határozattal a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 38. cikkének (2) bekezdése és 52. cikke alapján a reklámok nemzeti jog alapján megengedett maximális időtartamának megsértése miatt szankciót szabott ki az RTI-re. Ennek során figyelembe vette a „Canale 5”, az „Italia 1” és a „Rete 4” műsoraiban sugárzott azon reklámokat, amelyekkel tartalmilag az „R101” rádióállomást reklámozták.

15. Az RTI a fent említett három határozattal szemben három külön, de tartalmában azonos keresetet nyújtott be a Tribunale amministrativo regionale per il Lazióhoz (Lazio tartomány közigazgatási bírósága, Olaszország). Az RTI véleménye szerint a három televíziós csatornája által közzétett közlemények ugyanis csak az „R101” műsorszámainak bemutatására vonatkoztak, következésképpen azokat a saját műsorszámaira vonatkozó közleményeknek kellett volna minősíteni, amelyek a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 38. cikkének (6) bekezdése szerint nem számíthatók be a reklámokra fordítható, óránkénti maximális adásidőbe.

16. Ezzel szemben a Tribunale amministrativo regionale per il Lazióhoz (Lazio tartomány közigazgatási bírósága) úgy ítélte meg, hogy egy *rádiós* műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények nem minősülhetnek egy *televíziós* műsorszolgáltató „saját műsorszámaira” vonatkozó közleményeknek, még ha ez a rádiós műsorszolgáltató ugyanahhoz a vállalkozáscsoporthoz tartozik is, mint a televíziós műsorszolgáltató. Következésképpen elutasította az RTI kereseteit.

17. Az RTI ezt követően fellebbezést nyújtott be a kérdést előterjesztő bírósághoz, azaz a Consiglio di Statóhoz (államtanács, Olaszország).

18. Az RTI szerint irreleváns az a tény, hogy az „R101” egy tőle eltérő társaság tulajdonában áll, mivel mindkettő ugyanazon vállalatcsoporthoz tartozott. A reklámidőre vonatkozó korlátozás alól az önreklámozás tekintetében fennálló kivétel alkalmazhatósága szempontjából a meghatározó tényező a kiadói csoport gazdasági egysége, nem pedig az, hogy több társaságról van szó.

19. Ezenkívül a több médium közötti önreklámozás gyakorlata ma már elterjedt a televíziós, a rádiós és az internetes szolgáltatások körében. Ezt a 2018/1808 irányelv (43) preambulumbekezdése és az 2010/13 irányelv 23. cikke (2) bekezdése a) pontjának az előbbi irányelvvel eszközölt módosítása is megerősíti. Ugyanis, még ha e módosítás a jelen ügyben még nem alkalmazható is, mégis releváns a korábban hatályos jog értelmezése szempontjából.

20. E körülmények között a Consiglio di Stato (államtanács) úgy határozott, hogy az eljárást felfüggeszti, és a 2021. március 25-i, a Bírósághoz 2021. április 21-én érkezett előzetes döntéshozatal iránti kérelemmel előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjeszti a Bíróság elé:

a) A reklámidőre vonatkozó korlátozásra irányuló uniós jogi szabályozás alkalmazásában, tekintettel a csoport vagy gazdasági egység fogalmának az [európai uniós] jogban betöltött, számos versenyjogi forrásból (különösen a 2018/1808/EU irányelv (43) preambulumbekezdéséből és a 2010/13/[EU] irányelv újabb, az alapügy tényállására alkalmazandó változatának 23. cikkéből) levezethető általános jelentőségére, nem érintve a televíziós és rádiós műsorszolgáltatók engedélyei között az olasz nemzeti jogban, a 177/[2005]. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján fennálló különbségeket, összeegyeztethetőnek tekinthető-e az uniós joggal a 177/[2005]. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendeletnek a 2010. március 30. óta hatályos (a 2007/65/EK irányelvet átültető) szöveggel módosított 1. cikke (1) bekezdésének a) pontjából eredő nemzeti műsorszolgáltatási jog azon értelmezése, hogy a különböző hírközlési formák (elektronikus hírközlés, kiadói tevékenység, beleértve a digitális kiadványokat és az internet minden típusú alkalmazását) közötti konvergenciafolyamat a televíziós és rádiós médiaszolgáltatók között is érvényesül, különösen ha már összekapcsolt vállalatcsoportokba szerveződtek, és hogy [ez az eljárás] általában véve szükséges, ami a fent hivatkozott törvényerejű rendelet 38. cikke (6) bekezdésének értelmezésére vonatkozó következményeket vonja maga után, és így a műsorszolgáltató szervezet egyetlen gazdasági egységnek tekintett csoportnak minősülhet, vagy éppen ellenkezőleg, a fent hivatkozott uniós elvekre tekintettel a reklámidőre vonatkozó korlátozás túllépésére vonatkozó tilalomnak az általános versenyjoghoz képest fennálló autonómiája miatt nem lehet – 2018 előtt – jelentőséget tulajdonítani a csoportoknak, a fent említett konvergenciafolyamatnak és a médiaösszefonódásoknak, és így a reklámidőre vonatkozó korlátozás kiszámítása szempontjából csak az egyes műsorszolgáltatókat kell figyelembe venni még akkor is, ha azok egy csoport részét képezik (mivel ilyen relevanciára csak a 2010/13/[EU] irányelv 23. cikkének konszolidált változata utal, amely a 2018/1808/EU irányelvet követően jött létre)?

b) Az uniós jog fent említett, csoportokra és vállalkozásra mint egyetlen gazdasági egységre vonatkozó elveinek tükrében, a reklámidőre vonatkozó korlátok túllépésének tilalma és az említett 23. cikk fent hivatkozott egymást követő megfogalmazásainak alkalmazásában, nem érintve az engedélyek közötti, említett különbséget, a 177/[2005]. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 43. cikkében foglalt, az [integrált hírközlési rendszerre] vonatkozó versenyellenes szabályozásból levezethető-e a „médiaszolgáltatói” csoport (vagy a felperes szóhasználatában „kiadói csoport”) fogalmának relevanciája ahhoz, hogy ki lehessen zárni a [177/2005]. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 38. cikkének (6) bekezdése értelmében a reklámidőre vonatkozó korlátozásból az ugyanazon csoportba tartozó médiaszolgáltatók közötti keresztreklámokat, vagy éppen ellenkezőleg, a televíziós versenyjognak a reklámidőre vonatkozó korlátozások rendszeréhez képesti önállósága miatt 2018 előtt ki kell zárni az ilyen relevanciát?

c) A 2010/13/EU irányelv 23. cikke (2) bekezdése a) pontjának új megfogalmazása a versenyjogban már korábban is létező, a csoportok általános jelentőségére vonatkozó elvet ismeri el, vagy pedig újításról van szó? Az első esetben tehát az uniós jognak már szerves részét képező, tényleges jogi helyzetről van szó – amely a jelen ügyben az új megfogalmazást megelőző esetre is kiterjed, és amely meghatározza a [nemzeti szabályozó hatóság] értelmezését azáltal, hogy mindenképpen el kell ismernie a „médiaszolgáltató" csoport fogalmát –, vagy a második esetben ez az újítás a bevezetése előtt felmerült ügyekben kizárja a vállalatcsoportok relevanciájának elismerését, mivel az újítást hordozó tartalma időbeli hatálya folytán nem alkalmazható a korábbi ügyekre?

d) Mindenesetre a 177/2005. sz. felhatalmazáson alapuló törvényerejű rendelet 5. cikkében előírt engedélyezési rendszeren és a 23. cikk 2018-ban bevezetett új megfogalmazásán túlmenően, tehát abban az esetben, ha ez az új rendelkezés nem a már létező helyzet elismerését jelenti, hanem a c) kérdés tárgyát képező újítást, a gazdasági egység és a csoport fogalmának általános és átfogó jellegére tekintettel a televízió és a rádió közötti, a versenyjogban rendszerint figyelembe vett integrációs kapcsolatok jelentik-e a központi elemet a reklámidő korlátozásának értelmezésében, amelyet hallgatólagosan a vállalkozáscsoportra (pontosabban a csoporthoz tartozó vállalkozások közötti ellenőrzési kapcsolatokra) és e vállalkozások funkcionális egységére tekintettel szabályoznak, és így az ugyanazon csoporthoz tartozó televízió és rádió közötti műsorok reklámozása,[4] ha az említett integrációs kapcsolatok a reklámidő korlátozása szempontjából irrelevánsak, és így a 23. cikkben (eredeti szöveg) említett „saját" műsorokat olyannak kell tekinteni, mint amelyek csak az azokat reklámozó műsorszolgáltató szervezethez és nem a vállalatcsoport egészéhez tartoznak, mivel ez a szabályozás olyan rendelkezésnek minősül, amely nem engedi meg az olyan automatikus értelmezést, amely a szabályozást kiterjesztené az egyetlen gazdasági egységként értelmezett csoportokra is?

e) Végül a 23. cikk eredeti változatát, ha nem is versenyjogi rendelkezésként, de mindenképpen az olyan reklámozás sajátosságát leíró, ösztönző jellegű rendelkezésként kell értelmezni, amely kizárólag tájékoztató jellegű, és nem arra irányul, hogy a reklámozott műsorokon kívül bárkit is meggyőzzön áruk és szolgáltatások megvásárlásáról, és ezért ki van zárva a reklámidőre vonatkozó rendelkezések hatálya alól, és az ugyanazon csoporthoz tartozó vállalkozások körében a médiaösszefonódásból eredő keresztreklámozás minden esetére alkalmazandó, vagy pedig a reklámidőre vonatkozó korlátok kiszámításával összefüggésben eltérést engedő és kivételes rendelkezésként, és ezért szigorúan kell értelmezni?

21. A Bíróság előtti eljárásban az RTI, az Elemedia és társai (az alapeljárás felei), Olaszország, Lengyelország, valamint az Európai Bizottság terjesztett elő írásbeli észrevételeket. Lengyelország kivételével ugyanezen érintettek képviseltették magukat a 2022. szeptember 14-i tárgyaláson is.

## IV. Értékelés

22. Előzetes döntéshozatalra előterjesztett öt kérdésével, amelyeket együttesen kell megválaszolni, a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra keresi a választ, hogy a valamely televíziós műsorszolgáltató által az ugyanazon vállalatcsoporthoz tartozó rádióállomás vonatkozásában közzétett reklám a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének

[4] A fordító megjegyzése: A mondat itt nyilvánvalóan hiányos.

(2) bekezdésében előírt kivétel hatálya alá tartozhat-e, amely szerint a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményeit]” nem kell beszámítani az e rendelkezés (1) bekezdésében előírt, reklámra fordítható maximális adásidőbe.

23. Ennek keretében a kérdést előterjesztő bíróság egyrészt a „vállalkozásnak” mint gazdasági egységnek az uniós versenyjog területén kialakított fogalmára,[5] valamint a 2010/13 irányelv 23. cikke (2) bekezdésének a 2018/1808 irányelv általi módosítására hivatkozik.

24. A 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdésével ellentétben ugyanis, amely csak a televíziós „műsorszolgáltató saját műsorszámairól […] szóló [közleményeit]” vonta ki az (1) bekezdésben említett, reklámra fordítható maximális adásidőbe való beszámítás alól, a 2010/13 irányelv – 2018/1808 irányelvvel módosított – 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja úgy rendelkezik, hogy ez kivétel a televíziós „műsorszolgáltató által a saját műsorszámaival és […] műsorszolgáltató csoporthoz tartozó más egységektől származó műsorszámokkal, és audiovizuális médiaszolgáltatásokkal kapcsolatban tett közlemények[re]” is alkalmazható. Kétségtelen, hogy a 2010/13 irányelvbe a 2018/1808 irányelvvel beiktatott módosítások a jelen ügyben még nem alkalmazhatók. Az újabb, 2018/1808 irányelv ugyanis csak 2018. december 18-án lépett hatályba. Az alapügyben vitatott határozatokat azonban már 2017. december 19-én meghozták, és 2018. január 8-án kézbesítették. A kérdést előterjesztő bíróság ugyanakkor arra keresi a választ, hogy a 2010/13 irányelv 23. cikkének a 2018/1808 irányelv általi módosítása olyan általános jogelvet fejez-e ki, amely a 2010/13 irányelv eredeti változatának értelmezését is befolyásolhatja.

25. Másrészt a kérdést előterjesztő bíróság az e) kérdéssel azt az előzetes kérdést veti fel, hogy a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményei]” a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikke – reklámra fordítható maximális adásidőre vonatkozó – rendelkezéseinek hatálya alá tartozó reklámnak minősülnek-e.

26. Ezért először a 2010/13 irányelv eredeti változatának értelmében vett ön*reklámozás* fogalmát fogom megvizsgálni, és kifejtem, hogy ezen irányelv 23. cikkének (2) bekezdése értelmében vett, a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményei]” ilyen önreklámozásnak minősülnek (A.). Ezt követően kifejtem, hogy nemleges választ kell adni arra a kérdésre, hogy egy rádiós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikke (2) bekezdésének értelmében vett, televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményeinek]” minősülhetnek-e, anélkül hogy választ kellene adni arra a kérdésre, hogy az ugyanazon csoporthoz tartozó csatornák műsorszámaira vonatkozó közlemények „saját műsorszámoknak” minősíthetők-e. Egy rádiós műsorszolgáltató valamely műsorszámára vonatkozó közlemény ugyanis főszabály szerint egyáltalán nem minősülhet a 2010/13 irányelv eredeti változata értelmében vett „műsorszámra” vagy „audiovizuális médiaszolgáltatásra” vonatkozó közleménynek (B.). Ezért csak másodlagosan foglalkozom végül a műsorszolgáltató csoport fogalmának az alapeljárás keretében fennálló jelentőségével (C.).

[5] Lásd: 2017. április 27-i Akzo Nobel és társai kontra Bizottság ítélet (C-516/15 P, EU:C:2017:314, 46–48. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

### *A. A 2010/13 irányelv eredeti változata értelmében vett „önreklámozás” fogalmáról*

27. A Consiglio di Stato (államtanács) az e) kérdéssel azt kérdezi, hogy a 2010/13 irányelv eredeti változatának 23. cikkét „az olyan reklámozás sajátosságát leíró, ösztönző jellegű rendelkezésként kell[-e] értelmezni, amely kizárólag tájékoztató jellegű, és nem arra irányul, hogy a reklámozott műsorokon kívül bárkit is meggyőzzön áruk és szolgáltatások megvásárlásáról, és ezért ki van zárva a reklámidőre vonatkozó rendelkezések hatálya alól”.

28. A 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének h) és i) pontjából azonban kitűnik, hogy erre a kérdésre nemleges választ kell adni. E rendelkezésekből ugyanis az következik, hogy a valamely televíziós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közleményeket televíziós reklámnak kell minősíteni. Így ezek csak akkor vannak kizárva a reklámra fordítható maximális adásidőbe való beszámítás alól, ha valamely televíziós műsorszolgáltató által a saját műsorszámaival kapcsolatban tett közleményekről van szó.

29. A 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének h) pontja úgy határozza meg az „audiovizuális kereskedelmi közleményt”, mint „olyan hangos vagy néma képek[et], amelyek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen képek fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából kísérnek egy műsorszámot, vagy szerepelnek abban. Az audiovizuális kereskedelmi közlemény formái közé tartozik többek között a televíziós reklám […]”.

30. A 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének i) pontja szerint a „televíziós reklám” „bármilyen formájú közlemény, amelyet köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából egy szakma, üzlet, foglalkozás vagy hivatás tekintetében közvetít annak érdekében, hogy fizetés ellenében előmozdítsa áruk vagy szolgáltatások értékesítését […]”.

31. A televíziós műsorszámok sugárzása, ideértve a televíziós műsorterjesztés útján továbbítottakat is, az EUMSZ 56. cikk értelmében vett szolgáltatásnyújtásnak minősül.[6] Ezt a 2010/13 irányelv elődje, a „határok nélküli televíziózásról” szóló 89/552/EGK irányelv[7] a hatodik preambulumbekezdésében kifejezetten egyértelművé tette. A 2010/13 irányelv eredeti változatának (21) és (35) preambulumbekezdése is az audiovizuális médiaszolgáltatások fogalmának körébe, illetve az ezen irányelv hatálya alá tartozó „szolgáltatásokról” beszél. Ezenkívül az 1. cikk (1) bekezdése a) pontjának i. alpontja szerint az „audiovizuális médiaszolgáltatás” az EUMSZ 56. és EUMSZ 57. cikkben meghatározott olyan szolgáltatás, amelynek elsődleges célja műsorszámoknak tájékoztatás, szórakoztatás vagy oktatás céljából a közönséghez történő eljuttatása.

32. A valamely televíziós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények tehát a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének h) pontja értelmében szolgáltatások népszerűsítésére irányulnak, tehát azokat az e rendelkezés értelmében vett „audiovizuális kereskedelmi közleménynek” kell minősíteni. Hasonlóképpen, az ilyen közlemények a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének i) pontja értelmében

6 Lásd: 2007. december 13-i United Pan-Europe Communications Belgium és társai ítélet (C-250/06, EU:C:2007:783, 28. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

7 A tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 1989. október 3-i 89/552/EGK tanácsi irányelv (HL 1989. L 298., 23. o. magyar nyelvű különkiadás 6. fejezet, 1. kötet, 224. o.; helyesbítés: HL 2006. L 227., 62. o.).

vett „televíziós reklám” fogalmának körébe tartoznak, mivel azok olyan közleményt jelentenek, amelyet egy köz- vagy magánvállalkozás önreklámozás céljából egy üzlet tekintetében közvetít annak érdekében, hogy fizetés ellenében előmozdítsa szolgáltatások értékesítését.

33. Ebből következik, hogy téves – az RTI-hez hasonlóan – az egyrészt a pusztán tájékoztató jellegű semleges közlemények, másrészt pedig a valamely áru vagy szolgáltatás dicsérete értelmében vett reklámozás közötti állítólagos különbségtételre való törekvés. Még ha a valamely televíziós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények tájékoztató jellegűek is, mégis arra irányulnak, hogy a nézők megnézzék e műsorokat, vagyis a fizetés ellenében történő szolgáltatásnyújtásra. Egyébiránt a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdésében előírt kivétel felesleges lenne, ha a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményei]” egyáltalán nem tartoznának a televíziós reklám fogalmának körébe, és így a 23. cikk (1) bekezdésének hatálya alá sem.

34. Az a tény, hogy a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdésében a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól szóló *[közleményeiről]*”,[8] nem pedig a „műsorszolgáltató saját műsorszámaira vonatkozó *reklámjáról*” van szó, szintén nem alkalmas arra, hogy megkérdőjelezze azt, hogy ezeket a közleményeket önreklámozásnak, következésképpen pedig televíziós reklámnak kell minősíteni. Éppen ellenkezőleg, a „saját műsorszámairól szóló [közlemények]” kifejezés egyszerűen a „saját műsorszámaira vonatkozó reklámok” szinonimája. Ezt megerősíti az a körülmény, hogy a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikke (2) bekezdésének francia változata a „messages diffusés par l’organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes” kifejezést használja. Az irányelv francia változatában ugyanis a „messages” kifejezés a (85) preambulumbekezdésben a „publicitaires” kifejezéssel együtt („messages publicitaires”) jelenik meg, míg ott más nyelvi változatok olyan kifejezéseket használnak, mint a „reklám” vagy „reklámbejátszások”.[9]

35. Ennek megfelelően a 2010/13 irányelv eredeti változatának (96) preambulumbekezdése is rámutat arra, „hogy az önreklámozási tevékenységek a reklám egy sajátos formáját alkotják, melynek során a műsorszolgáltató saját termékeit, szolgáltatásait, műsorait vagy csatornáit hirdeti”. A 89/552 irányelvet illetően a Bíróság egyébiránt kifejtette, hogy valamely műsorszolgáltató más műsorszámainak követésére való ösztönzés reklámnak minősül.[10]

36. Az RTI álláspontjával ellentétben a 2010/13 irányelv eredeti változata (96) preambulumbekezdésének második mondatából, amely szerint „[k]ülönösen, a műsorokból vett kivonatokból álló előzeteseket műsorként kell kezelni”, nem lehet arra következtetni, hogy a jövőbeli műsortervezéssel kapcsolatos bejelentések nem tartoznak a reklám fogalmának körébe. Az előzetesek sugárzása ugyanis szolgáltatások (vagyis a műsorok, amelyek kivonatai az előzeteseket alkotják) népszerűsítésére irányul (a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének h) pontja). Hasonlóképpen, olyan közleményről van szó, amelyet annak érdekében közvetítenek, hogy előmozdítsák e szolgáltatások értékesítését (az 1. cikk (1) bekezdésének i) pontja). Amint azt Olaszország a tárgyaláson előadta, meg kell tehát állapítani, hogy az előzetesek sugárzása a vonatkozó műsorok reklámozásának minősül.

[8] Lásd még például: 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”, IT: „annunci dell’emittente relativi ai propri programmi” és DE: „Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Sendungen”.

[9] Lásd például: DE: „Werbeeinschübe”, EN: „advertising” és IT: „pubblicità”.

[10] Lásd: 2007. október 18-i Österreichischer Rundfunk ítélet (C-195/06, EU:C:2007:613, 45. pont).

Következésképpen az előzetesek csak akkor tartoznak a 23. cikk (2) bekezdésében foglalt kivétel hatálya alá, ha azok esetében az azokat sugárzó televíziós műsorszolgáltató saját műsorainak előzeteseiről van szó.

37. Az RTI állításával ellentétben a szolgáltatások fizetés ellenében nyújtott jellegére vonatkozó kritérium szempontjából irreleváns, hogy a televíziós csatorna esetében ingyenesen fogható vagy díjfizetéshez kötött kereskedelmi csatornáról van-e szó. Az ingyenesen fogható csatornákat ugyanis általában reklámokból finanszírozzák. Az önreklámozás célja magasabb nézettségi mutatók elérése, amelyek a reklámcélra fordítható idő árának egyik fő alapját képezik. Így az ingyenesen fogható műsorszámokra vonatkozó reklámok sugárzása is olyan közleménynek minősül, amelynek célja a reklámszolgáltatások fizetés ellenében történő nyújtásának közvetett előmozdítása.

38. Kétségtelen, hogy az ítélkezési gyakorlat szerint az állam által meghatározott és beszedett műsorszolgáltatási hozzájárulásból vagy állami támogatásból finanszírozott közszolgálati műsorszolgáltatók műsorai nem minősülnek a héajog értelmében vett, ellenszolgáltatás fejében teljesített szolgáltatásnyújtásnak. [11]

39. Ez azonban nem jelenti azt, hogy az ilyen műsorszolgáltatók műsorszámaira vonatkozó közlemények, legalábbis abban az esetben, ha ez utóbbiak fizetés ellenében reklámot is sugároznak, [12] ne minősülnének a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének h) és i) pontja értelmében vett „audiovizuális kereskedelmi közleménynek”, illetve „televíziós reklámnak”. Az i) pont kifejezetten a közszolgálati műsorszolgáltatókra is hivatkozik. Ezenkívül a (21) preambulumbekezdés egyértelművé teszi, hogy az „audiovizuális médiaszolgáltatás” magában foglalja az EUMSZ-ben meghatározott szolgáltatásokat, vagyis a gazdasági tevékenység minden formáját, ezen belül a közszolgálati vállalkozások tevékenységét is.

40. Ez logikus. Kétségkívül igazolható lehet, hogy a reklámra fordítható időre vonatkozó rendelkezések a különböző műsorszolgáltatók eltérő finanszírozása alapján konkrétan eltérően kerüljenek kialakításra, mivel e műsorszolgáltatók e tekintetben eltérő helyzetben vannak. [13] Ugyanakkor nincs ok arra, hogy a televíziós műsorszolgáltatók egy meghatározott csoportját főszabály szerint és *a priori* kizárják a televíziós reklámokra vonatkozó szabályok hatálya alól. Az audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó irányelvek alapjául szolgáló, a fogyasztók mint televíziónézők túlzott reklámmal szembeni védelmére irányuló célkitűzésnek [14] ugyanis minden olyan televíziós műsorszolgáltatóra vonatkoznia kell, amely harmadik személyekre vonatkozó reklámot sugároz.

41. Mindez megerősíti, hogy a televíziós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények televíziós reklámnak minősülnek. Ez utóbbit csak akkor nem kell beszámítani a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (1) bekezdése szerinti, reklámra fordítható maximális adásidőbe, ha az e rendelkezés (2) bekezdése értelmében vett, a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményeiről]” van szó.

[11] Lásd: 2016. június 22-i Český rozhlas ítélet (C-11/15, EU:C:2016:470, 23–28., 36. pont és rendelkező rész); 2021. szeptember 16-i Balgarska natsionalna televizia ítélet (C-21/20, EU:C:2021:743, 32–34., 39. pont és a rendelkező rész 1. pontja).

[12] Nem szükséges eldönteni, hogy hogyan kellene értékelni egy olyan közszolgálati műsorszolgáltató önreklámozásának kivételes esetét, amelyet tisztán adókból finanszíroznak, és amely nem sugároz semmilyen, harmadik személyekre vonatkozó reklámot. A jelen ügyben ez a kivételes eset mindenesetre nem áll fenn.

[13] Lásd analógia útján: 2013. július 18-i Sky Italia ítélet (C-234/12, EU:C:2013:496, 18–23. pont).

[14] Lásd: 2007. október 18-i Österreichischer Rundfunk ítélet (C-195/06, EU:C:2007:613, 26–28. pont); 2013. július 18-i Sky Italia ítélet (C-234/12, EU:C:2013:496, 17. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; lásd továbbá a 2010/13 irányelv eredeti változatának (83) preambulumbekezdését.

42. Az önreklámozásnak a reklámra fordítható maximális adásidőbe való beszámítás köréből való kivonása kiváltság, amelyet a jogalkotó biztosít a televíziós műsorszolgáltatók számára. Ez indokoltnak tűnik egyrészt a televíziós műsorszolgáltatók közérdek szempontjából fennálló különös jelentőségére tekintettel, amelyet többek között a 2010/13 irányelv eredeti változatának (5) preambulumbekezdése hangsúlyoz (a tájékozódás szabadságának, a vélemények sokszínűségének és a médiapluralizmusnak a biztosítása). Másrészt meg kell állapítani, hogy a televíziós műsorszolgáltatók nem használják ki túlzott mértékben a (térítésmentes) önreklámozásra vonatkozó kiváltságot, mivel ez ellenkező esetben árthatna műsoraik televíziónézők számára fennálló vonzerejének (és így közvetve a térítés ellenében nyújtott reklámszolgáltatásokból származó bevételeiknek is).

43. Az e) kérdés utolsó részével a kérdést előterjesztő bíróság arra keresi a választ, hogy a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdése eltérést engedő rendelkezést jelent-e, és ezért azt szigorúan kell-e értelmezni. E tekintetben az RTI azt állítja, hogy a Bíróság ARD ítéletben kialakított ítélkezési gyakorlata szerint a televíziós műsorok szabad sugárzásának alapvető szabadságát érintő korlátozásokat szigorúan kell értelmezni.[15] A Bíróság ott azonban annak pontosítására szorítkozott, hogy az ilyen korlátozást szigorúan kell értelmezni, amennyiben azt nem világosan és egyértelműen fogalmazták meg.

44. A televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások adásidőn belüli arányának a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (1) bekezdésében történő korlátozása azonban világosan és egyértelműen került megfogalmazásra. Azt az elvet fejezi ki, amely szerint a szolgáltatásnyújtás szabadsága a televíziós reklámok területén korlátozott. A jelen ügyben ugyanis a főszabály nem a szabad és korlátlan sugárzás, hanem annak a fogyasztók mint televíziónézők érdekében történő időbeli korlátozása, amelyet a 2010/13 irányelv eredeti változatának (83) preambulumbekezdése is hangsúlyoz. Amint arra a Bíróság rámutatott, különösen a „televíziós reklám” fogalmának terjedelmét e cél figyelembevételével kell értékelni.[16] Hasonlóképpen, a 23. cikk (2) bekezdése, amely szerint a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményei]” nem számítanak bele a maximális adásidőbe, világosan és egyértelműen került megfogalmazásra.

45. Az irányelvnek az alapvető szabadságok fényében történő értelmezése tekintetében sem teszi semmi lehetővé annak megállapítását, hogy a reklámozásra vonatkozó, a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikke (1) bekezdésében foglalt korlátozás a szolgáltatásnyújtás szabadsága aránytalan korlátozásának minősülne. Amint azt maga a Bíróság már kifejtette, az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvekben foglalt, a televíziós reklámok adásidejére vonatkozó szabályok célja egyrészről a televíziós műsorszolgáltatók és a hirdetők pénzügyi érdekei, másrészről a jogosultak, azaz a szerzők és az alkotók, valamint a fogyasztók mint televíziónézők érdekei kiegyensúlyozott védelmének megteremtése. Ennyiben igazolhatják a szolgáltatásnyújtás szabadságának a televíziós reklámozás területén történő korlátozását.[17]

46. Ebből következik, hogy a reklámszolgáltatás-nyújtás szabadságának a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (1) bekezdése általi korlátozása nem értelmezendő túlságosan szigorúan, az e rendelkezés (2) bekezdésében előírt, a saját műsorszámokra vonatkozó közleményekkel

15 1999. október 28-i ARD ítélet (C-6/98, EU:C:1999:532, 29–31. pont).

16 Lásd a fenti 14. lábjegyzetben szereplő hivatkozásokat.

17 Lásd: 2003. október 23-i RTL Television ítélet (C-245/01, EU:C:2003:580, 71. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat); 2013. július 18-i Sky Italia ítélet (C-234/12, EU:C:2013:496, 18. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

kapcsolatos kivétel pedig nem értelmezendő túlságosan tágan. Ellenkezőleg, a két bekezdést a szövegükkel, valamint a 2010/13 irányelv eredeti változatának rendszerével, valamint értelmével és céljával összhangban kell értelmezni.[18]

### *B. A 2010/13 irányelv eredeti változata értelmében vett „műsorszám” fogalmáról*

47. A kérdést előterjesztő bíróság az a)–d) kérdésével lényegében arra vár választ, hogy valamely televíziós műsorszolgáltató által az azonos kiadói csoporthoz tartozó rádiós műsorszolgáltató műsorszámaival kapcsolatban tett közlemények a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdése értelmében vett, a televíziós „műsorszolgáltató saját műsorszámairól […] szóló [közleményei]” fogalmának körébe tartozhatnak-e.

48. Az, hogy főszabály szerint nem ez a helyzet, már e meghatározásnak a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének b) pontjában szereplő „műsorszám” fogalommeghatározásával, valamint az ugyanezen rendelkezés e) pontjában szereplő „televíziós műsorszolgáltatás” fogalommeghatározásával együttes értelmezéséből következik.

49. E fogalommeghatározásokból kitűnik, hogy a „műsorszám” „hangos vagy néma mozgóképek sorozata”, a „televíziós műsorszolgáltatás” pedig „a médiaszolgáltató által nyújtott, műsorszámok műsorrend alapján történő egyidejű megtekintését lehetővé tévő audiovizuális médiaszolgáltatás”. Ennyiben a rádiós műsorszolgáltató – csak hangot, képet azonban nem tartalmazó – műsorszámaira vagy műsoraira vonatkozó közlemények nem minősülhetnek a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdése értelmében vett „saját műsorszám[ok]ról […] szóló [közleményeknek]”.

50. Ez logikus, mivel az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvek hatálya nem terjed ki a rádiós szolgáltatásokra. Így a Bizottság „Televíziózás határok nélkül” című, 1984. évi zöld könyve eredetileg a rádióra is kiterjed.[19] Ezt a határok nélküli televíziózásról szóló 89/552 irányelvre vonatkozó eredeti bizottsági javaslat is tartalmazta.[20] Különösen az – e területen fennálló szabályozási jogosultságaikat féltő – német szövetségi tartományok nyomására a rádiót végül kivonták a 89/552 irányelv hatálya alól.[21] Ez a 2010/13 irányelv elfogadásával is így maradt: az irányelv (23) preambulumbekezdése szerint az „audiovizuális” kifejezés a hangos vagy néma mozgóképre utal, így a némafilmeket is magában foglalja, de nem terjed ki a hangátviteli vagy rádiós szolgáltatásokra. Amint azt az Elemedia a jelen eljárásban a tárgyaláson megjegyezte, ez az előbbi irányelvnek a 2018/1808 irányelvvel történt módosítását követően is így van (lásd a 2018/1808 irányelvvel módosított 2010/13 irányelv 1. cikke (1) bekezdésének b) pontját).

51. Amint arra az Elemedia szintén rámutatott, egyrészt a rádiós szolgáltatások, másrészt az audiovizuális médiaszolgáltatások a médiaösszefonódások és az audiovizuális szolgáltatások konvergenciája ellenére továbbra is különálló piacokat alkotnak. Az uniós jogalkotó valószínűleg – e konvergencia ellenére, amellyel 2013-ban maga a Bizottság is foglalkozott egy zöld

[18] Lásd ebben az értelemben: 2011. november 24-i Bizottság kontra Spanyolország ítélet (C-281/09, EU:C:2011:767, 48. és 49. pont).

[19] Lásd: Television without frontiers, Green paper on the establishment of the common market for broadcasting, especially by satellite and cable, COM(84) 300 végleges.

[20] Lásd különösen: a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló tanácsi irányelvre irányuló bizottsági javaslat és módosított javaslat (COM(86) 146 végleges és COM(88) 154 végleges) 21. cikke.

[21] Lásd e tekintetben: a Bundesverfassungsgericht (szövetségi alkotmánybíróság) 1995. március 22-i ítélete, 2 BvG 1/89, BVerfGE 92, 203 – a televíziós műsorszolgáltatásról szóló EK-irányelv, 39. és 40. pont.

könyvben,[22] és amelyre a 2018/1808 irányelv (1) preambulumbekezdése hivatkozik – ezért is döntött úgy, hogy a rádiós szolgáltatásokat továbbra is kizárja a 2018/1808 irányelvvel módosított 2010/13 irányelv hatálya alól.

52. Az RTI által képviselt álláspont, amely szerint egy televíziós műsorszolgáltatónak a valamely rádiós műsorszolgáltató műsorszámaira vagy műsoraira vonatkozó reklámját önreklámozásként esetleg ne kellene beszámítani a reklámra fordítható maximális adásidőbe, így a 2010/13 irányelv hatályának nem megengedett kiterjesztését jelentené. Az ilyen kiterjesztés a verseny torzulásához vezethetne a televíziós műsorszolgáltatókkal közös csoporthoz nem tartozó rádiós médiaszolgáltatások kárára, és ennélfogva versenytorzulást eredményezhetne egy olyan piacon, amely a jogalkotó szándéka szerint nem is tartozik az audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozó uniós jogi szabályozás hatálya alá.

53. Ezért az a kérdés, hogy egy rádiós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikke (2) bekezdésének alá tartoznak-e, nem vonatkozik a 4. cikk (1) bekezdésében – a (41) és (83) preambulumbekezdésben megmagyarázott módon – a tagállamok számára biztosított mozgástérre sem. Következésképpen a tagállamok a 2010/13 irányelv eredeti változatának 23. cikkében meghatározott küszöb alatt szigorúbb és részletesebb szabályokat is előírhatnak.[23] A jelen ügyben azonban arról a kérdésről van szó, hogy mely műsorszámok tartoznak a maximális adásidő körébe, és így azon uniós jogi keret meghatározásáról, amelyen belül a tagállamok egyáltalán szabályozási mozgástérrel rendelkeznek.

54. A valamely televíziós műsorszolgáltató által valamely rádiós műsorszolgáltató csak hangot, képet azonban nem tartalmazó műsorszámaival vagy műsoraival kapcsolatban tett közlemények tehát nem tekinthetők a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének b) pontjával összefüggésben értelmezett 23. cikkének (2) bekezdése értelmében vett „műsorszámokra” vonatkozó közleményeknek.

55. Kétségtelen, hogy manapság a rádióállomások gyakran weboldalakkal is rendelkeznek, ahol műsorszámaik – gyakran képek kíséretében – elérhetőek. Mindazonáltal, amennyiben ezek az audiovizuális elemek csak másodlagosak, és csak a rádiós műsorszolgáltató fő tevékenységének kiegészítésére szolgálnak, úgy nem változtathatják a rádióműsorokat a 2010/13 irányelv eredeti változatának hatálya alá tartozó „audiovizuális médiaszolgáltatásokká”.

56. Így egy hírlap online változatának weboldalán megtekinthető videókra vonatkozó ügyben a Bíróság megállapította, hogy az ilyen videók a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében vett „műsorszám” fogalmának körébe tartozhatnak, amennyiben formájuk és tartalmuk összehasonlítható a televíziós műsorszolgáltatáséval. Adott esetben ez a helyzet állhat fenn a képekkel kísért rádióműsorok esetében.

57. A Bíróság azonban egyértelművé tette, hogy az érintett videók csak akkor tartoznak az 1. cikk (1) bekezdése a) pontjának i. alpontja szerinti „audiovizuális médiaszolgáltatás” fogalmának körébe (és így az irányelv hatálya alá), ha az e videók rendelkezésre bocsátására irányuló szolgáltatás a szolgáltató tulajdonképpeni tevékenységétől elválasztható saját elsődleges célt, és nem csupán az e tevékenységtől elválaszthatatlan kiegészítést jelent (lásd a

[22] Lásd: Az egységes audiovizuális világ felé: növekedés, alkotómunka, értékek c. zöld könyv, COM(2013) 231 final.

[23] Lásd: 2013. július 18-i Sky Italia ítélet (C-234/12, EU:C:2013:496, 13. és 14. pont); lásd még: 2016. február 17-i Sanoma Media Finland – Nelonen Media ítélet (C-314/14, EU:C:2016:89, 33., 55. és 60. pont).

(22) preambulumbekezdést is). Nem ez a helyzet akkor, ha az audiovizuális tartalmak nem jelentenek elsődleges célt, amint az olyan weboldalak esetében megállapítható, amelyek csupán kiegészítésképpen tartalmaznak audiovizuális elemeket.[24]

58. Ezért egy rádióállomás weboldalát az abban foglalt audiovizuális elemek ellenére nem kell audiovizuális médiaszolgáltatásnak tekinteni, ha ezek az elemek csak másodlagosak, és kizárólag a rádiós kínálat kiegészítésére szolgálnak. Következésképpen a rádiós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények is csak akkor lehetnek a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikke (2) bekezdésének értelmében vett „műsorszámokról szóló közlemények", ha e műsorszámok önálló, a rádiós műsorszolgáltató tulajdonképpeni tevékenységétől elválasztható audiovizuális médiaszolgáltatásnak minősülnek.

59. A kérdést előterjesztő bíróság feladata annak értékelése, hogy az „R101" jelen ügyben reklámozott műsorszámai tartalmaztak-e audiovizuális elemeket, és ha igen, azok pusztán az érintett rádióműsorok kiegészítését jelentették-e, vagy saját audiovizuális médiaszolgáltatást jelentettek. A Bíróság rendelkezésére álló információk és a tárgyaláson folytatott viták alapján semmi nem utal arra, hogy ez utóbbi lenne a helyzet.

60. Mindenesetre egy rádiós műsorszolgáltató műsorszámaira vonatkozó közlemények csak akkor minősülhetnek a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdése értelmében vett, a televíziós „műsorszolgáltató saját műsorszámairól szóló közleményeknek", ha nemcsak „műsorszámokra" vonatkozó közleményekről van szó, hanem az ezen irányelv értelmében vett „saját" műsorszámokra vonatkozó közleményekről is. Most erre a második kritériumra térek rá.

### *C. A 2010/13 irányelv eredeti változata értelmében vett „saját műsorszám" fogalmáról*

61. Az RTI véleménye szerint valamely televíziós műsorszolgáltató által egy másik műsorszolgáltató műsorszámaival kapcsolatban tett közlemények a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdése értelmében már akkor „saját műsorszámokra vonatkozó közleményeknek" minősülnek, ha a két műsorszolgáltató ugyanahhoz a csoporthoz tartozik. Ez a vállalkozás mint gazdasági egység Bíróság által a versenyjog területén kialakított fogalmából következik, amelyet immár a 2018/1808 irányelvvel módosított 2010/13 irányelv 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja is elismer.

62. A 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikke (2) bekezdésének a 2018/1808 irányelvvel történt módosítását követően nemcsak a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közleményei]", hanem a televíziós „műsorszolgáltató által […] műsorszolgáltató csoporthoz tartozó más egységektől származó műsorszámokkal, és audiovizuális médiaszolgáltatásokkal kapcsolatban tett közlemények" is ki vannak zárva az e rendelkezés (1) bekezdése szerinti, reklámra fordítható maximális adásidőbe történő beszámításból.

63. A 2018/1808 irányelv (43) preambulumbekezdése azonban azt sugallja, hogy új szabályozásról, és így a korábbi jogi helyzet megváltoztatásáról van szó. E preambulumbekezdés ugyanis rögzíti, hogy „számos műsorszolgáltató nagyobb műsorszolgáltató csoport tagjaként nemcsak a saját műsorszámaival […] kapcsolatos hirdetményeket jelenít meg, hanem az ugyanazon műsorszolgáltató csoporthoz tartozó más egységek műsorszámaival és audiovizuális

[24] 2015. október 21-i New Media Online ítélet (C-347/14, EU:C:2015:709, 24., 26., 33., 34. és 37. pont, valamint a rendelkező rész). Ezt az ítélkezési gyakorlatot felvették a 2018/1808 irányelv (3) preambulumbekezdésébe.

médiaszolgáltatásaival kapcsolatos hirdetményeket is”, valamint, hogy az „ilyen jellegű hirdetményeket sem kell beszámítani abba a maximális adásidőbe, amely televíziós reklámra és televíziós vásárlásra fordítható”.

64. A 2018/1808 irányelvvel módosított 2010/13 irányelv 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja, amely a jelen ügy tényállására még nem alkalmazandó (lásd a fenti 24. pontot), tehát nem tekinthető a már korábban fennálló jogi helyzet tisztázásának.

65. Az RTI álláspontjával ellentétben ez az új szabályozás nem értelmezhető azon általános elv kifejeződéseként sem, amely szerint az egy csoporthoz tartozó társaságok gazdasági egységet alkotnak, amelyen belül a leányvállalat magatartásáért való felelősséget az anyavállalatnak kell betudni.

66. Az RTI e tekintetben ugyan hivatkozik mind a versenyjogra,[25] mind a közbeszerzési jogból merített azon példára, amely szerint a gazdasági szereplők csoportjai a közbeszerzési szerződések teljesítése során adott esetben igénybe vehetik a csoport tagjainak kapacitásait.[26] Ezek a fogalmak azonban a vállalkozások közötti jogi és szervezeti kapcsolatokon alapulnak, amelyek igazolják a cselekmények és kapacitások vállalkozáson mint egységen belüli kölcsönös betudását, és amelyek a vonatkozó jogterületek, a versenyjog és a közbeszerzési jog szabályozási környezetével magyarázhatók.[27] Ezek logikája alkalmazható lehet az audiovizuális médiaszolgáltatások ágazatában, ha valamely, ezen ágazatba tartozó vállalkozást a versenyjog szempontjából kell vizsgálni, vagy ha egy ilyen vállalkozás közbeszerzési eljárásban vesz részt.

67. Az imént vizsgált fogalmakkal ellentétben azonban a 2010/13 irányelv eredeti változata azon kérdés megválaszolásához, hogy egy televíziós műsorszolgáltató műsorszáma mikor minősül „saját műsorszámnak”, nem a vállalkozások jogi és szervezeti felépítésére és kapcsolataira, hanem az érintett műsorszámokért való szerkesztői felelősségére támaszkodik. Amint azt a (25) preambulumbekezdés egyértelművé teszi, a médiaszolgáltató és így az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalmának meghatározása szempontjából alapvető fontosságú a szerkesztői felelősség fogalma. Ennek megfelelően az 1. cikk (1) bekezdése a) pontjának i. alpontja úgy rendelkezik, hogy az „audiovizuális médiaszolgáltatás” olyan szolgáltatás, amelyért egy médiaszolgáltató szerkesztői felelősséggel rendelkezik. E rendelkezés d) pontja szerint „médiaszolgáltató” az a természetes vagy jogi személy, aki vagy amely szerkesztői felelősséggel rendelkezik az audiovizuális médiaszolgáltatás audiovizuális tartalmának megválasztásáért, és meghatározza annak összeállítását. E rendelkezés f) pontja értelmében a „műsorszolgáltató” televíziós műsorszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató.

68. A „szerkesztői felelősség” a 2010/13 irányelv eredeti változata 1. cikke (1) bekezdése c) pontjának megfelelően a műsorszámok kiválasztása és összeállítása – televíziós műsorszolgáltatás esetében a műsorszámok időbeli összeállítása, lekérhető audiovizuális

[25] Lásd: a fenti 5. lábjegyzetben már hivatkozott 2017. április 27-i Akzo Nobel és társai kontra Bizottság ítélet (C-516/15 P, EU:C:2017:314, 46–48. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

[26] Lásd a közbeszerzésről és a 2004/18/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló, 2014. február 26-i 2014/24/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2014. L 94., 65. o.; helyesbítések: HL 2015. L 275., 68. o.; HL 2020. L 211., 22. o.) 19. cikkének (2) bekezdésével összefüggésben értelmezett 63. cikke (1) bekezdésének negyedik albekezdését.

[27] Azt, hogy a versenyjog vállalkozásfogalma nem ültethető át minden további nélkül más szabályozási területekre anélkül, hogy ezt kifejezetten szabályoznák, mutatja a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről szóló, 2016. április 27-i (EU) 2016/679 európai parlamenti és tanácsi rendelet (általános adatvédelmi rendelet) (HL 2016. L 119., 1. o.; helyesbítések: HL 2016. L 314., 72. o.; HL 2018. L 127., 2. o.; HL 2021. L 74., 35. o.) (150) preambulumbekezdésével összefüggésben értelmezett 83. cikkének (4)–(6) bekezdése; lásd e tekintetben: Campos Sánchez-Bordona főtanácsnok Deutsche Wohnen ügyre vonatkozó indítványa (C-807/21, EU:C:2023:360, 44–50. pont).

médiaszolgáltatások esetében pedig a műsorkínálat összeállítása – során megvalósuló tényleges ellenőrzés. E tekintetben a szerkesztői felelősség nem eredményez szükségszerűen a nemzeti jog szerinti jogi felelősséget a nyújtott tartalom vagy szolgáltatás tekintetében.

69. Ellentétben azzal, amit az RTI a jelen eljárásban a tárgyaláson állított, a 2010/13 irányelv eredeti változata értelmében vett szerkesztői felelősség e fogalma nem hasonlítható azon típusú ellenőrzéshez, amelyet a Bíróság annak megállapítása érdekében vett figyelembe, hogy egy anyavállalat és egy leányvállalat gazdasági egységet alkot-e. E tekintetben a Bíróság arra támaszkodott, hogy a leányvállalat – jóllehet külön jogi személyiséggel rendelkezik – nem önállóan határozza meg piaci magatartását, hanem lényegében azokat az utasításokat követi, amelyeket az anyavállalat ad a számára, különös tekintettel az e két jogalany közötti gazdasági, szervezeti és jogi kapcsolatokra. [28]

70. Az RTI és a tulajdonában álló csatornák között esetlegesen fennálló ilyen kapcsolatok ellenére valószínűtlennek tűnik – amint azt Olaszország a tárgyaláson megjegyezte –, hogy egy olyan holdingtársaság, mint az RTI, meghatározza e csatornák műsorszámainak konkrét tartalmát és műsorainak részletes összeállítását. Az Elemedia szerint az RTI csak pénzügyi holding, amely több csatornában rendelkezik részesedéssel, és e csatornák mindegyike maga viseli a szerkesztői felelősséget a műsoraiért.

71. Az RTI ezzel szemben azt állította, hogy nem csupán pénzügyi holding, hanem végső soron ő határozza meg a csoport valamennyi társaságának szerkesztői irányvonalát. Az RTI szerint ezt a 2010/13 irányelv eredeti változata értelmében vett szerkesztői felelősséggel egyenértékűnek kell tekinteni. E tekintetben különösen a Bíróság Baltic Media Alliance ügyben tett azon megállapítására hivatkozik, amely szerint a szerkesztői felelősség azt jelenti, hogy a személy jogosult arra, hogy végső soron döntsön magáról az audiovizuális kínálatról. [29]

72. Végső soron tehát a kérdést előterjesztő bíróság feladata lesz annak meghatározása, hogy azt az ellenőrzést, amelyet az RTI mind az „R101” (azon rádióállomás, amelynek műsorszámaira a sugárzott reklám vonatkozott) műsorszámai és műsora, mind pedig a „Canale 5”, az „Italia 1” és a „Rete 4” (azon televíziós csatornák, amelyek az „R101”-re vonatkozó reklámot sugározták) felett gyakorol, a 2010/13 irányelv eredeti változata értelmében vett „szerkesztői felelősséggel” egyenértékűnek kell-e tekinteni.

73. Az „R101” érintett műsorszámaira vonatkozó közlemények csak akkor minősülhetnének a 2010/13 irányelv eredeti változata 23. cikkének (2) bekezdése értelmében vett, a televíziós „műsorszolgáltató saját műsorszámairól szóló közleményeknek”, ha mind a „Canale 5”, az „Italia 1” és a „Rete 4” csatornák, mind pedig az „R101” esetében ez lenne a helyzet – feltéve, hogy e műsorszámok egyáltalán az irányelv értelmében vett „audiovizuális médiaszolgáltatásoknak” minősülnek (lásd a fenti 61. és 62. pontot).

[28] Lásd: 2017. április 27-i Akzo Nobel és társai kontra Bizottság ítélet (C-516/15 P, EU:C:2017:314, 52. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

[29] 2019. július 4-i Baltic Media Alliance ítélet (C-622/17, EU:C:2019:566, 43. pont).

## V. Végkövetkeztetés

74. A fenti megfontolásokra tekintettel azt javaslom, hogy a Bíróság a Consiglio di Stato (államtanács, Olaszország) által előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekre a következő választ adja:

A 2010/13/EU irányelvnek az (EU) 2018/1808 irányelv általi módosítást megelőző változata 23. cikkének (2) bekezdését az 1. cikke (1) bekezdésének a)–f) pontjával, valamint h) és i) pontjával összefüggésben úgy kell értelmezni, hogy a valamely televíziós műsorszolgáltató által valamely rádiós műsorszolgáltató műsoraival vagy műsorszámaival kapcsolatban tett közlemények nem tartoznak az e rendelkezés értelmében vett, a televíziós „műsorszolgáltató […] saját műsorszámairól […] szóló [közlemények]” fogalma alá. Ez alól csak akkor lehet kivételt tenni, ha a reklám tárgyát képező műsorszámok esetében az 1. cikk (1) bekezdése a) pontjának i. alpontja értelmében vett olyan önálló audiovizuális médiaszolgáltatásokról van szó, amelyek elválaszthatóak a rádiós műsorszolgáltató tevékenységének elsődleges céljától, és amelyekért a televíziós műsorszolgáltató viseli az 1. cikk (1) bekezdésének c) pontja értelmében vett szerkesztői felelősséget.