SODBA SODIŠČA (četrti senat)

z dne 18. oktobra 2007*

V zadevi C-195/06,

katere predmet je predlog za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 234 ES, ki ga je vložilo Bundeskommunikationssenat (Avstrija) z odločbo z dne 4. aprila 2006, ki je prispela na Sodišče 27. aprila 2006, v postopku

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

proti

Österreichischer Rundfunk (ORF),

SODIŠČE (četrti senat),

v sestavi K. Lenaerts, predsednik senata, E. Juhász, sodnik, R. Silva de Lapuerta, sodnica, J. Malenovský, sodnik (poročevalec), in T. von Danwitz, sodnik,

* Jezik postopka: nemščina.

generalni pravobranilec: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
sodni tajnik: H. von Holstein, namestnik sodnega tajnika,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 29. marca 2007,

ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

— za Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) M. Ogris, zastopnik,

— za Österreichischer Rundfunk (ORF) S. Korn, odvetnik,

— za italijansko vlado I. M. Braguglia, zastopnik, skupaj z M. Fiorillijem, avvocato dello Stato,

— za portugalsko vlado L. Fernandes in J. Marques Lopes, zastopnika,

— za vlado Združenega kraljestva T. Harris in M. Hoskins, zastopnika,

— za Komisijo Evropskih skupnosti G. Braun in E. Montaguti, zastopnika,

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 24. maja 2007

izreka naslednjo

Sodbo

1 Predlog za sprejetje predhodne odločbe se nanaša na razlago Direktive Sveta 89/552/EGS z dne 3. oktobra 1989 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov (UL L 298, str. 23), kot je bila spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 97/36/ES z dne 30. junija 1997 (UL L 202, str. 60, v nadaljevanju: Direktiva 89/552).

2 Ta predlog je bil vložen v okviru spora med Kommunikationsbehörde Austria (avstrijski regulativni organ na področju komunikacij, v nadaljevanju: KommAustria) in Österreichischer Rundfunk (v nadaljevanju: ORF) glede tega, ali gre pri nagradni igri, ki jo je v oddaji „Quiz Express" predvajal ORF, za „teleprodajo" ali „televizijsko oglaševanje".

Pravni okvir

Skupnostna ureditev

3 Trinajsta uvodna izjava Direktive 89/552 določa:

„[...] ta direktiva določa minimalna pravila, nujna za zagotavljanje svobode razširjanja programskih vsebin; [...]“

4 Sedemindvajseta uvodna izjava te direktive določa:

„[...] za zagotavljanje popolne in pravilne zaščite interesov potrošnikov kot televizijskih gledalcev je nujno, da za televizijsko oglaševanje velja določeno število minimalnih pravil in norm ter da države članice ohranijo pravico, da določijo natančnejša ali strožja pravila ali da v določenih okoliščinah za izdajatelje televizijskih programov pod njihovo jurisdikcijo postavijo drugačne pogoje;“

5 Člen 1 te direktive določa:

„V tej direktivi imajo uporabljeni izrazi naslednji pomen:

[...]

(c) ‚televizijsko oglaševanje': vsaka oblika obvestila, ki ga javno ali zasebno podjetje oddaja za plačilo ali podobno nadomestilo in ki zadeva trgovino, poslovno dejavnost, obrt ali stroko z namenom spodbujanja preskrbe z blagom in storitvami, vključno z nepremičninami ali pravicami in obveznostmi, za plačilo;

[...]

(f) ‚televizijska prodaja': neposredne ponudbe, ki se javnosti predvajajo zaradi spodbujanja preskrbe z blagom ali storitvami, vključno z nepremičninami ali pravicami in dolžnostmi, za plačilo."

6 Člen 10 Direktive 89/552 določa:

„1. Televizijsko oglaševanje in televizijska prodaja morata biti jasno razpoznavna kot takšna in morata biti z optičnimi oziroma akustičnimi sredstvi povsem ločena od drugih delov programske sheme.

2. Izolirani oglaševalni vložki in vložki televizijske prodaje morajo ostati izjema.

3. Oglaševanje in televizijska prodaja ne smeta uporabljati tehnik, ki vplivajo na podzavest.

4. Prikrito oglaševanje in prikrita televizijska prodaja sta prepovedana."

7 Člen 18 te direktive določa:

„1. Delež oddajnega časa, namenjenega vložkom televizijske prodaje, oglaševalnim vložkom in drugim oblikam oglaševanja, pri čemer so izvzeta izložbena okna televizijske prodaje v smislu člena 18a, ne sme presegati 20 % dnevnega oddajnega časa. Oddajni čas za oglaševalne vložke ne sme presegati 15 % dnevnega oddajnega časa.

2. Delež oglaševalnih vložkov in vložkov televizijske prodaje v eni uri ne sme presegati 20 %.

3. Za namene tega člena oglaševanje ne vključuje:

— napovedi, ki jih izdajatelj televizijskega programa opravlja v zvezi s svojimi lastnimi programskimi vsebinami ali pomožnimi proizvodi, ki izhajajo neposredno iz njih,

— javnih napovedi in dobrodelnih pozivov, ki se razširjajo brezplačno."

Nacionalna ureditev

8 Direktiva 89/552 je bila prenesena v avstrijski pravni red z zveznim zakonom o avstrijskem zakonu o radioteleviziji (Bundesgesetz über den Östereichischen Rundfunk) (BGBl.. I, št. 83/2001, v nadaljevanju: ORF-Gesetz).

9 Člen 13 od (1) do (3) ORF-Gesetz določa:

„1. [ORF] lahko v okviru svojih radijskih in televizijskih programov določi čas oddajanja za komercialno oglaševanje za plačilo. Komercialno oglaševanje je vsaka oblika obvestila, ki se oddaja za plačilo ali podobno nadomestilo, ali razširjanja za namene samooglaševanja in zadeva trgovino, poslovno dejavnost, obrt ali stroko z namenom spodbujanja preskrbe z blagom in storitvami, vključno z nepremičninami ali pravicami in obveznostmi, za plačilo.

2. Določitev časa v oddaji za neposredne ponudbe, ki se javnosti predvajajo zaradi spodbujanja preskrbe z blagom ali storitvami, vključno z nepremičninami ali pravicami in dolžnostmi, za plačilo (teleprodaja), je prepovedana za [ORF].

3. Oglaševanje mora biti jasno razpoznavno kot takšno. Z optičnimi oziroma akustičnimi sredstvi mora biti povsem ločeno od drugih delov programske sheme."

10 Člen 11 zveznega zakona o ustanovitvi KommAustria in Bundeskommunikationssenat (Bundesgesetz über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria und eines Bundeskommunikationssenates) (BGBl. I, št. 32/2001, v nadaljevanju: KOG), v različici, ki je veljala ob nastanku dejstev v glavni stvari, določa:

„1. Bundeskommunikationssenat se ustanovi pri uradu zveznega kanclerja za izvajanje nadzora nad odločbami, ki jih izdaja [KommAustria] in za izvajanje sodnega nadzora nad [ORF].

2. Bundeskommunikationssenat odloča na najvišji stopnji:

— o pravnih sredstvih zoper odločbe KommAustria, razen o pravnih sredstvih v upravnih zadevah kazenske narave;

— o prijavah, zahtevkih in postopkih z upravnimi kršitvami, na podlagi določb ORF-Gesetz.

3. Odločbe Bundeskommunikationssenat se ne razglašajo za nične ali se ne spreminjajo v upravnem postopku. Pravna sredstva zoper te odločbe se lahko vložijo pri Verwaltungsgerichtshof.

[...]“

11 Člen 11a KOG določa:

„1. Bundeskommunikationssenat odloča o prijavah, ki jih vloži KommAustria glede kršitev določb členov 13, 14, 15, 16 in 17 ter 9(4) in 18 ORF-Gesetz, ker se zadnja člena nanašata na konkretne določbe členov od 13 do 17 ORF-Gesetz. Zato lahko zasliši KommAustria.

[...]“

12 Člen 12 KOG določa:

„1. Bundeskommunikationssenat sestavlja pet članov, od katerih trije prihajajo iz vrst sodnikov. Člani Bundeskommunikationssenat so pri opravljanju svojih funkcij neodvisni in ne prejemajo nikakršnih navodil niti ukazov. Bundeskommunikationssenat izmed članov, ki so sodniki, izvoli predsednika in njegovega namestnika.

2. Člane Bundeskommunikationssenat imenuje zvezni predsednik na predlog zvezne vlade za šest let. Vsak član ima namestnika, ki ga nadomešča, če je ta odsoten ali ne sme opravljati sodniške funkcije.

[...]“

13 Člen 20(2) zveznega ustavnega zakona (Bundesverfassungsgesetz) določa:

„Če je bil z zveznim ali deželnim zakonom ustanovljen kolegijski organ, ki odloča na najvišji stopnji, čigar odločbe se ne razglašajo za nične ali se jih ne spreminja v upravnem postopku in v katerem je vsaj en sodnik, drugi člani tega kolegijskega organa prav tako ne prejemajo nobenih navodil pri izvajanju svojih funkcij."

Spor o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje

14 KommAustria je po predhodnem postopku z dopisom z dne 20. maja 2005 pri Bundeskommunikationssenat prijavil ORF zaradi kršitve člena 13(2) ORF-Gesetz. KommAustria je zatrjeval, da čas, določen za teleprodajo, v oddaji „Quiz-Express", ki jo je predvajal ORF, ni bil v skladu z določbami tega člena.

15 V tej oddaji voditelj in izpis komercialne številke na zaslonu povabita javnost, naj sodeluje pri nagradni igri tako, da pokliče to številko in plača 0,70 eura telefonskemu operaterju, ki ima pogodbo z ORF. Igra ima dva dela: prvi je odvisen od sreče, in sicer gre za to, da je za v vključitev v neposredno zvezo treba poklicati navedeno telefonsko številko; v drugem delu izbrani televizijski gledalec odgovarja na vprašanje v oddaji. Osebe, ki se ne vključijo v neposredno zvezo, sodelujejo pri žrebanju za „nagrado tedna".

16 Potem ko je Bundeskommunikationssenat preučilo trditve, ki jih je predložil Komm-Austria, je presodilo, da bi bilo mogoče tako obliko oddaje opredeliti kot „teleprodajo". Presodilo je, da mora v okviru izvajanja svoje neomejene pristojnosti preučiti, ali so obvestila, ki so se predvajala v tej oddaji ali delu oddaje, kršila druge določbe ORF-Gesetz, med drugim tistih, ki se nanašajo na oglaševanje. Presodilo je tudi, da se morajo zadevni nacionalni predpisi, ker prenašajo Direktivo 89/552, razlagati v smislu te direktive.

17 V takih okoliščinah je Bundeskommunikationssenat prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ti vprašanji:

„1. Ali je treba člen 1(f) Direktive 89/552 [...] razlagati tako, da se za „televizijsko prodajo" štejejo tudi oddaje ali deli oddaj, v katerih izdajatelj televizijskega programa gledalcem ponuja možnost, da s takojšnjim klicem na komercialne številke in torej za plačilo sodelujejo v nagradni igri tega izdajatelja televizijskega programa?

2. Če je odgovor na vprašanje nikalen: ali je treba člen 1(c) Direktive 89/552 [...] razlagati tako, da se za televizijsko oglaševanje štejejo tudi tista obvestila v oddajah ali delih oddaj, pri katerih izdajatelj televizijskega programa gledalcem ponuja možnost, da s takojšnjim klicem na komercialne številke in torej za plačilo sodelujejo v nagradni igri tega izdajatelja televizijskega programa?"

Dopustnost vprašanj za predhodno odločanje

18 Uvodoma je treba presoditi, ali je Bundeskommunikationssenat sodišče v smislu člena 234 ES in ali sta torej vprašanji dopustni.

19 V skladu z ustaljeno sodno prakso Sodišče pri presoji, ali je predložitveni organ sodišče po členu 234 ES, ki je izključno vprašanje, ki se nanaša na pravo Skupnosti, upošteva dejstva, kot so zakonska podlaga organa, njegova stalnost, obvezna narava njegove sodne pristojnosti, kontradiktornost postopka, uporabljanje pravnih pravil organa in njegova neodvisnost (glej med drugim sodbi z dne 31. maja 2005 v zadevi Syfait in drugi, C-53/03, ZOdl., str. I-4609, točka 29, in navedena sodna praksa, ter z dne 14. junija 2007 v zadevi Häupl, C-246/05, ZOdl., str. I-4673, točka 16).

20 Glede tega je treba povedati, da je iz določb členov 11, 11a in 12 KOG nesporno razvidno, da Bundeskommunikationssenat ustreza merilom glede zakonske podlage, glede obvezne in trajne narave organa in glede kontradiktornosti postopka ter uporabe pravnih pravil.

21 Po drugi strani je treba ugotoviti, da določbe člena 12 KOG, v povezavi z določbami člena 20(2) zveznega ustavnega zakona (Bundesverfassungsgesetz), zagotavljajo neodvisnost Bundeskommunikationssenata.

22 Iz zgoraj navedenega izhaja, da je treba Bundeskommunikationssenat obravnavati kot sodišče v smislu člena 234 ES, torej sta vprašanji, ki jih je zastavilo, dopustni.

Temelj

23 Z vprašanjema, ki ju je treba preučiti skupaj, predložitveno sodišče sprašuje, ali je člen 1 Direktive 89/552 treba razlagati tako, da se opredelitev, ki jo daje teleprodaji ali v drugem primeru televizijskem oglaševanju, nanaša na oddajo ali del oddaje, v kateri izdajatelj televizijskega programa gledalcem ponuja možnost, da s takojšnjim klicem na komercialne številke in torej za plačilo sodelujejo v nagradni igri tega izdajatelja televizijskega programa.

24 Opomniti je treba, da iz zahteve po enotni uporabi prava Skupnosti in iz načela enakosti izhaja, da je treba izraze določbe prava Skupnosti, ki se pri opredelitvi smisla in obsega ne sklicuje posebej na pravo držav članic, običajno razlagati samostojno in enotno v celotni Skupnosti, in sicer ob upoštevanju okvira, v katerega je določba umeščena, in cilja, ki ga zasleduje zadevna ureditev (glej med drugim sodbe z dne 18. januarja 1984 v zadevi Ekro, 327/82, Recueil, str. 107, točka 11; z dne 19. septembra 2000 v zadevi Linster, C-287/98, Recueil, str. I-6917, točka 43; z dne 17. marca 2005 v zadevi Feron, C-170/03, ZOdl., str. I-2299, točka 26, in z dne 14. decembra 2006 v zadevi Nokia, C-316/05, ZOdl., str. I-12083, točka 21).

25 Obseg, ki ga je hotel zakonodajalec Skupnosti dati izrazoma „televizijsko oglaševanje“ in „teleprodaja“ v smislu člena 1 Direktive 89/552, je treba torej presojati glede na sobesedilo te določbe in glede na cilj zadevne ureditve.

26 Kot izhaja iz sedemindvajsete uvodne izjave Direktive 89/552, je želel zakonodajalec Skupnosti popolno in primerno zaščititi interese potrošnikov kot televizijskih gledalcev, tako da je za različne oblike spodbujanja, kot so televizijsko oglaševanje, teleprodaja in sponzorstvo, uvedel nekatera minimalna pravila in norme.

27 Gledano tako, določbe Poglavja IV Direktive 89/552, kjer so ta pravila in te norme določeni, izražajo voljo zakonodajalca Skupnosti, kot poudarja generalni pravobranilec v točki 76 sklepnih predlogov, da se spodbujanje loči od drugega predvajanega programa, da ga gledalci brez dvoma spoznajo in da se mu omeji čas predvajanja. Taka zaščita potrošnikov kot televizijskih gledalcev proti prekomernemu oglaševanju je bistveni vidik cilja Direktive 89/552 (glej v tem smislu sodbo z dne 23. oktobra 2003 v zadevi RTL Television, C-245/01, Recueil, str. I-12489, točka 64).

28 S tem namenom člen 1 Direktive 89/552 med drugim opredeljuje izraza „televizijsko oglaševanje" in „teleprodaja". Torej je treba obseg teh izrazov presojati glede na ta namen.

29 Sodišče mora torej, da bi odgovorilo na vprašanji predložitvenega sodišča, presoditi, ali oddaja, kakršna je ta v postopku v glavni stvari, ustreza normam, na katere se je zakonodajalec Skupnosti skliceval pri opredelitvi teh izrazov.

30 Prvič, glede uporabe meril iz člena 1(f) Direktive 89/552 za opredelitev teleprodaje je treba ugotoviti, da v zadevni oddaji, opisani v točki 15 te sodbe, izdajatelj

televizijskega programa javnosti neposredno predvaja ponudbo, ki ji omogoči dostop do nagradne igre, če plača telefonski klic.

31 Cena tega klica je višja kot je navadna tarifa. Poleg tega se ne oporeka dejstvu, da del cene klica plača telefonski operater izdajatelju televizijskega programa, ki igro predvaja. Tako gledalec, ko pokliče na zaslonu izpisano komercialno telefonsko številko, ki prispeva k financiranju te igre in torej prispeva k prihodkom tega izdajatelja, dostopi do te igre, ki mu jo izdajatelj ponuja, za plačilo.

32 Poleg tega gre lahko za opravljanje storitev tudi pri dejavnosti, ki omogoči uporabnikom, da sodelujejo, za plačilo, pri nagradni igri (glej v tem smislu, za organizacijo loterij, sodbo z dne 24. marca 1994 v zadevi Schindler, C-275/92, Recueil, str. I-1039, točka 25; za dajanje na voljo igralnih avtomatov sodbo z dne 21. septembra 1999 v zadevi Läärä in drugi, C-124/97, Recueil, str. I-6067, točka 27, in za igre na srečo sodbo z dne 11. septembra 2003 v zadevi Anomar in drugi, C-6/01, Recueil, str. I-8621, točka 56).

33 V tem primeru se televizijskim gledalcem med oddajo neposredno ponudi, da sodelujejo pri igrah na srečo, tako da se jim poda informacije, ki so nujno potrebne za to, da se povežejo z voditeljem programa in se vključijo v neposredno zvezo ali se, če jim to ne uspe, vsaj uvrstijo v tedensko žrebanje. Ko voditelj povabi televizijskega gledalca k sodelovanju v nagradni igri oddaje, ta to sprejme tako, da pokliče komercialno številko, ki se izpiše na zaslonu. Takoj ko se operater ORF oglasi, se postopek plačila začne, saj je strošek pogovora, ki je višji, obremenil telefonski račun televizijskega gledalca, ki je v tistem trenutku izbral, da bo igral neposredno ali bo vsaj upravičen do sodelovanja v preostalem nagradnem žrebanju.

34 Zadevni televizijski gledalec torej sprejme ponudbo sodelovanja v igri in upa, da bo dobil nagrado. V teh okoliščinah se lahko izdajatelja televizijskega programa obravnava, kot da ponuja storitev televizijskemu gledalcu za plačilo tako, da mu omogoči sodelovanje v nagradni igri.

35 Zato se za opredelitev zadevne igre kot „teleprodaje" v smislu člena 1(f) Direktive 89/552 zahteva vsaj, da se preveri, ali gre pri tej oddaji ali njenem delu za resnično ponudbo storitev. Pri tem mora nacionalno sodišče presojati vsa dejstva v zadevi v glavni stvari.

36 Zato mora predložitveno sodišče v okviru te presoje upoštevati cilj oddaje, v kateri se predvaja igra, njeno pomembnost v oddaji kot celoti glede na čas in pričakovani finančni učinki primerjavi s tistimi, ki se pričakujejo v omenjeni oddaji, ter usmerjanje vprašanj, zastavljenih kandidatom.

37 Dodati je treba, da je lahko igra, kakršna je ta v zadevi v glavni stvari, „teleprodaja" v smislu člena 1(f) Direktive 89/552 le, če ta igra pomeni resnično samostojno gospodarsko dejavnost opravljanja storitev in ne le razvedrilno ponudbo v tej oddaji (glej po analogiji, za nagradne igre znotraj glasila, sodbo z dne 26. junija 1997 v zadevi Familiapress, C-368/95, Recueil, str. I-3689, točka 23).

38 Ne more se izključiti niti tega, da je izdajatelj televizijskega programa zgolj nameraval, upoštevajoč cilj oddaje, v kateri je predvajal igro, narediti oddajo interaktivno, ne da bi želel resnično ponuditi storitve iger na srečo, zlasti če ta igra pomeni le majhen delež pri vsebini in času razvedrilne oddaje in zato ne spremeni

njene narave ter če pri vprašanjih, ki so zastavljena kandidatu, ne gre za spodbujanje preskrbe z blagom in storitvami, ki se nanašajo na trgovino, poslovno dejavnost, obrt ali stroko. Enako bo, če se pričakovan dobiček te igre izkaže popolnoma za dopolnilnega glede na celotno oddajo.

39 Drugič, glede uporabe meril iz člena 1(c) Direktive 89/552 za opredelitev televizijskega oglaševanja je treba preučiti, ali v oddaji, kakršna je ta v zadevi v glavni stvari, povabilo televizijskim gledalcem, naj pokličejo komercialno telefonsko številko, da bodo za plačilo sodelovali v nagradni igri, pomeni obliko televizijskega obvestila v samopromocijske namene podjetja v okviru trgovine z namenom spodbujanja preskrbe z blagom in storitvami.

40 Predložitveno sodišče se sprašuje glede opredelitve obvestila, ki ga vsebuje oddaja ali del oddaje v zadevi v glavni stvari, kot „televizijsko oglaševanje" le v primerih, ko ne bi šlo za teleprodajo. Glede na sklepanja, ki so se razvila v točkah od 35 do 38 te sodbe, iz katerih izhaja, da ob neobstoju resnične ponudbe storitev to ne more biti teleprodaja, je treba priznati, da obvestilo, ki ga je treba preučiti, sodi v okvir razvedrilne oddaje.

41 Ker se člen 1(c) Direktive 89/552 nanaša na vse oblike televizijskega obvestila, je treba priznati tudi, da odgovor na vprašanje, ki ga je zastavilo predložitveno sodišče, predvideva, da je treba pri določanju, ali oddaja ali del oddaje izraža namen, da televizijskim gledalcem predvaja televizijsko oglaševanje, upoštevati vse vidike te oddaje ali dela oddaje. Te presoje ni treba omejiti le na obliko obvestila, ki ga pomeni izpis komercialne telefonske številke, ki omogoča dostop do igre, na zaslonu.

42 Glede tega je neizpodbitno, da želi izdajatelj televizijskega programa s tem obvestilom vzbuditi zanimanje za to oddajo tako, da televizijske gledalce spodbuja, da jo gledajo, in jo naredi privlačnejšo s tem, da sodelujejo pri igri, pri kateri lahko dobijo nagrado. Vendar ponavadi vsak izdajatelj televizijskega programa želi vsako televizijsko oddajo, ki jo ima pravico predvajati, narediti privlačno. Iz tega se ne more sklepati, da lahko vsaka oblika obvestila, ki lahko to privlačnost še poveča, pomeni televizijsko oglaševanje.

43 Zato je treba vedeti, ali je ta posebna oblika obvestila, ki pomeni vabilo k sodelovanju pri nagradni igri, taka, da gre za televizijsko oglaševanje.

44 Ugotoviti je treba, da želita to obvestilo in igra, do katere daje dostop, televizijskega gledalca spodbuditi, da neposredno sodeluje pri sami vsebini oddaje. To obvestilo je njen sestavni del in njegov namen ni *a priori* imeti od njega korist.

45 Vendar bi lahko s svojo vsebino igra posredno spodbujala odlike programov izdajatelja televizijskega programa, med drugim če se vprašanja, ki so zastavljena kandidatu, nanašajo na njegovo poznavanje drugih oddaj tega izdajatelja in lahko torej morebitne kandidate spodbudijo, da jih gledajo. Enako bi bilo, če bi bile nagrade proizvodi, ki izhajajo iz njih, in služijo spodbujanju teh programov, kot so videogrami. V teh okoliščinah bi se obvestilo te oddaje ali dela oddaje lahko obravnavalo kot televizijsko oglaševanje v obliki samopromocije. Obvestilo bi se lahko obravnavalo tudi kot televizijsko oglaševanje, če bi bili blago in storitve, ki se ponudijo kot nagrada, predmet predstavitev ali promocij, ki bi televizijske gledalce spodbudili k nakupu tega blaga in storitev.

46 Ugotoviti je treba, da podatki, ki jih ima na voljo Sodišče, ne zadostujejo za presojo, ali je tako pri oddaji ali delu oddaje, kakršna je ta v postopku v glavni stvari. To presojo mora opraviti predložitveno sodišče.

47 Glede na zgoraj povedano je treba na zastavljeni vprašanji odgovoriti, da je člen 1 Direktive 89/552 treba razlagati tako, da za oddajo ali del oddaje, v kateri izdajatelj televizijskega programa gledalcem ponudi možnost, da s takojšnjim klicem na komercialne številke in torej za plačilo sodelujejo v nagradni igri,

— velja opredelitev, ki jo ta člen v točki (f) daje teleprodaji, če gre pri tej oddaji ali njenem delu za resnično ponudbo storitev, upoštevajoč cilj oddaje, v kateri se predvaja igra, njeno pomembnost v oddaji, glede na čas in pričakovani finančni učinki v primerjavi s tistimi, ki se pričakujejo v oddaji v celoti, ter usmerjanje vprašanj, zastavljenih kandidatom;

— velja opredelitev, ki jo ta člen v točki (c) daje televizijskemu oglaševanju, če je zaradi namena in vsebine te igre ter zaradi okoliščin, v katerih se predstavijo nagrade, ta igra obvestilo, ki želi televizijske gledalce spodbuditi k nakupu blaga in storitev, ki so bili predstavljeni kot nagrada, ali nameravajo posredno, v obliki samopromocije, spodbuditi odlike programov zadevnega izdajatelja.

Stroški

48 Ker je ta postopek za stranki v postopku v glavni stvari ena od stopenj v postopku pred predložitvenim sodiščem, to odloči o stroških. Stroški, priglašeni za predložitev stališč Sodišču, ki niso stroški omenjenih strank, se ne povrnejo.

Iz teh razlogov je Sodišče (četrti senat) razsodilo:

Člen 1 Direktive Sveta 89/552/EGS z dne 3. oktobra 1989 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov, kot je bila spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta z dne 30. junija 1997, je treba razlagati tako, da za oddajo ali del oddaje, v kateri izdajatelj televizijskega programa gledalcem ponudi možnost, da s takojšnjim klicem na komercialne številke in torej za plačilo sodelujejo v nagradni igri;

— **velja opredelitev, ki jo ta člen v točki (f) daje teleprodaji, če gre pri tej oddaji ali njenem delu za resnično ponudbo storitev, upoštevajoč cilj oddaje, v kateri se predvaja igra, njeno pomembnost v oddaji, glede na čas in pričakovani finančni učinki v primerjavi s tistimi, ki se pričakujejo v oddaji v celoti, ter usmerjanje vprašanj, zastavljenih kandidatom;**

— **velja opredelitev, ki jo ta člen v točki (c) daje televizijskemu oglaševanju, če je zaradi namena in vsebine te igre ter zaradi okoliščin, v katerih se predstavijo nagrade, ta igra obvestilo, ki želi televizijske gledalce spodbuditi k nakupu blaga in storitev, ki so bili predstavljeni kot nagrada, ali nameravajo posredno, v obliki samopromocije, spodbuditi odlike programov zadevnega izdajatelja.**

Podpisi