РЕШЕНИЕ НА СЪДА (четвърти състав)

18 октомври 2007 година *

По дело C-195/06

с предмет преюдициално запитване, отправено на основание член 234 ЕО от Bundeskommunikationssenat (Австрия) с акт от 4 април 2006 г., постъпил в Съда на 27 април 2006 г., в рамките на производство по дело

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

срещу

Österreichischer Rundfunk (ORF),

СЪДЪТ (четвърти състав),

състоящ се от: г-н K. M. Lenaerts, председател на състав, г-жа R. Silva de Lapuerta, г-н E. M. Juhász, г-н J. Malenovský (докладчик) и г-н T. von Danwitz, съдии,

* Език на производството: немски

генерален адвокат: г-н D. Ruiz-Jarabo Colomer,
секретар: г-н H. von Holstein, заместник-секретар,

предвид изложеното в писмената фаза на производството и в съдебното заседание от 29 март 2007 г.,

като има предвид писмените становища, представени:

— за Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria), от г-н M. Ogris, в качеството на представител,

— за Österreichischer Rundfunk (ORF), от адв. S. Korn, Rechtsanwalt,

— за италианското правителство, от г-н I. M. Braguglia, в качеството на представител, подпомаган от г-н M. Fiorilli, avvocato dello Stato,

— за португалското правителство, от г-н L. Fernandes и г-жа J. Marques Lopes, в качеството на представители,

— за правителството на Обединеното кралство, от г-жа T. Harris и г-н M. Hoskins, в качеството на представители,

— за Комисията на Европейските общности, от г-н G. Braun и г-жа E. Montaguti, в качеството на представители,

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 24 май 2007 г.,

постанови настоящото

Решение

1 Преюдициалното запитване се отнася до тълкуването на Директива 89/552/ЕИО 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, стр. 23; Специално издание на български език, 2007 г., глава 6, том 1, стр. 215), изменена с Директива 97/36/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 30 юни 1997 година (ОВ L 202, стр. 60; Специално издание на български език, 2007 г., глава 6, том 2, стр. 232, наричана по-нататък „Директива 89/552“).

2 Запитването е отправено в рамките на съдебен спор между Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) (австрийски регулаторен орган в областта на комуникациите, наричан по-нататък „KommAustria“) и Österreichischer Rundfunk (ORF) (наричан по-нататък „ORF“) във връзка с квалифицирането като „телевизионен пазар“ или „телевизионна реклама“ на игра с награда, организирана при излъчването от ORF на предаване, наречено „Quiz-Express“.

Правна уредба

Общностна правна уредба

3 Според тринадесетото съображение на Директива 89/552:

„[…] настоящата директива установява минимума правила, необходими за гарантиране на правото на предаване при телевизионно излъчване; […]“

4 Съгласно двадесет и седмо съображение от директивата:

„[…] 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 трябва да запазят правото си да въвеждат по-подробни или по-строги правила и при известни обстоятелства да поставят различни условия спрямо излъчващите оператори [другаде в текста „телевизионни оператори“] под тяхна юрисдикция;“

5 Член 1 от посочената директива предвижда следното:

„По смисъла на настоящата директива:

[…]

в) „телевизионна реклама“ е всяка форма на съобщение, излъчено срещу заплащане или подобно възнаграждение, или излъчено за целите на саморекламата на публично или частно предприятие, във връзка с търговия, стопанска дейност, занаят или професия [да се чете: „свободна професия“], имащо за цел да се насърчи доставянето на стоки и услуги, включително недвижима собственост, или на права и задължения, срещу заплащане;

[…]

е) „телевизионен пазар“ е всяко пряко предложение към обществеността, излъчено с цел доставянето на стоки или услуги, включително недвижима собственост, права и задължения, срещу заплащане.“

6 Член 10 от Директива 89/552 гласи:

„1. Телевизионната реклама и телевизионният пазар са лесно разпознаваеми като такива и са добре отделени от другите части на програмата чрез визуални и/или звукови средства.

2. Отделните рекламни и пазарни спотове са изключение.

3. Рекламата и телевизионният пазар не използват средства за подсъзнателно внушение.

4. Скритите реклама и телевизионен пазар са забранени.“

7 Според член 18 от директивата:

„1. Делът на програмното време, предназначено за пазарни спотове, рекламни спотове и други форма на реклама, с изключение на прозорците за телевизионен пазар по смисъла на член 18а, не надхвърля 20 % от дневното програмно време. Програмното време за рекламни спотове не надхвърля 15 % от дневното програмно време.

2. Делът на рекламните и пазарните спотове в даден едночасов период не надхвърля 20 %.

3. По смисъла на настоящия член рекламата не включва:

— съобщения, направени от телевизионния разпространител [другаде в текста „телевизионния оператор“] във връзка с неговите собствени програми и пряко произтичащите от тези програми помощни продукти,

— съобщения за обществени услуги и призиви за благотворителност, излъчени безплатно.“

Национална правна уредба

8 Австрийският федерален закон за радио- и телевизионна дейност (Bundesgesetz über den Östereichischen Rundfunk, BGBl. I, № 83/2001, наричан по-нататък „ORF-Gesetz“) транспонира Директива 89/552.

9 Член 13, параграфи 1—3 от ORF-Gesetz гласи:

„1. В своите радио- и телевизионни програми [ORF] може да предоставя време за излъчване на търговска реклама срещу заплащане. Търговска реклама е всяка форма на съобщение, излъчено срещу заплащане или подобно възнаграждение, или излъчено за целите на саморекламата във връзка с търговия, стопанска дейност, занаят или свободна професия, имащо за цел да се насърчи доставянето на стоки и услуги, включително недвижима собственост, или на права и задължения, срещу заплащане.

2. На [ORF] е забранено да предоставя ефирно време за излъчване на преки предложения към обществеността с цел доставяне на стоки или услуги, включително недвижима собственост, права и задължения, срещу заплащане.

3. Рекламата трябва да бъде лесно разпознаваема като такава. Тя трябва да бъде отделена от останалата част от програмата чрез визуални и/или звукови средства.“

10 Съгласно член 11 от Федералния закон за учредяване на KommAustria и Bundeskommunikationssenat (Bundesgesetz über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria und eines Bundeskommunikationssenates, BGBl. I, № 32/2001, наричан по-нататък „KOG“), в редакцията му, действаща към момента на настъпване на фактите:

„1. Към Федералната канцлерска служба се учредява Bundeskommunikationssenat, който контролира решенията на [KommAustria] и упражнява съдебен контрол върху [ORF].

2. Bundeskommunikationssenat се произнася като последна инстанция:

— по жалби срещу решения на KommAustria, с изключение на жалбите по административнонаказателни дела,

— по жалби и молби, както и в производствата с предмет административни нарушения, основани на разпоредбите на ORF-Gesetz.

3. Решенията на Bundeskommunikationssenat не подлежат на отмяна или изменение по административен ред. Решенията му могат да бъдат обжалвани пред Verwaltungsgerichtshof.

[…]“

11 Според член 11 от KOG:

„1. Bundeskommunikationssenat се произнася по жалби на KommAustria за нарушения на членове 13—17, член 9, параграф 4 и член 18 от ORF-Gesetz, доколкото последните два члена се отнасят до конкретни разпоредби на членове 13—17 от ORF-Gesetz. За тази цел той може да изслуша KommAustria.

[…]“

12 Член 12 предвижда:

„1. Bundeskommunikationssenat е съставен от петима члена, трима от които са съдии. Членовете на Bundeskommunikationssenat са независими при упражняването на своите функции и не могат да получават никакви указания или разпореждания. Bundeskommunikationssenat избира председател и заместник-председател между своите членове магистрати.

2. Членовете на Bundeskommunikationssenat се назначават от федералния президент по предложение на федералното правителство за срок от шест години. За всеки член се назначава заместник, който го замества, когато е възпрепятстван да изпълнява задълженията си.

[…]“

13 Според член 20, параграф 2 от Федералната конституция (Bundesverfassungsgesetz):

„Ако федерален закон или закон на Land учреди колегиален орган, призван да се произнася като последна инстанция, чиито решения не подлежат на отмяна или изменение по административен ред и в чийто състав е включен най-малко един съдия, останалите членове на този колегиален орган не се подчиняват на указания при упражняването на своите функции."

Спор по главното производство и преюдициални въпроси

14 С писмо от 20 май 2005 г., след провеждане на предварително производство, KommAustria подава жалба пред Bundeskommunikationssenat за нарушение от ORF на член 13, параграф 2 от ORF-Gesetz. KommAustria твърди, че в излъченото от ORF предаване „Quiz Express" същият предоставил време за телевизионен пазар в нарушение на разпоредбите на този член.

15 В посоченото предаване е отправено предложение до обществеността, посредством водещия и изписване на екрана на телефонен номер за услуги с добавена стойност, за участие в игра с награда чрез набирането на този номер срещу заплащане на 0,70 EUR на телефонния оператор, който е обвързан от споразумение с ORF. Играта е разделена на две части: първата съдържа елемент, който е плод на случайността, а именно че за да се включи в ефир, телевизионният зрител трябва да попадне на дадена телефонна линия, а във втората част избраният зрител отговаря на въпрос в предаването. Лицата, които не се включат в ефир, участват в теглене на жребий за „награда на седмицата".

16 След разглеждане на изложените от KommAustria доводи Bundeskommunikationssenat приема, че този вид предаване може да бъде квалифицирано като „телевизионен пазар“. Той счита, че при упражняване на пълната си юрисдикция да правораздава е компетентен да провери дали излъчените в това предаване или в части от него съобщения нарушават и други разпоредби от ORF-Gesetz, а именно тези относно рекламата. Същевременно той счита още, че след като приложимите национални разпоредби транспонират Директива 89/552, те трябва да бъдат тълкувани в светлината на последната.

17 При тези условия Bundeskommunikationssenat решава да спре производството и да отправи до Съда следните преюдициални въпроси:

„1) Трябва ли член 1, буква е) от Директива 89/552 [...] да бъде тълкуван в смисъл, че предаванията или частите от предавания, в които телевизионен оператор предоставя на телевизионните зрители възможност да участват в организирана от него игра с награда чрез незабавно набиране на телефонни номера за услуги с добавена стойност, следователно срещу заплащане, следва също да се считат за форма на „телевизионен пазар“?

2) В случай на отрицателен отговор на този въпрос: трябва ли член 1, буква в) от Директива 89/552 [...] да бъде тълкуван в смисъл, че съобщенията, излъчвани в предавания или части от предавания, в които телевизионен оператор предоставя на телевизионните зрители възможност да участват в организирана от него игра с награда чрез незабавно набиране на телефонни номера за услуги с добавена стойност, следователно срещу заплащане, следва също да се считат за „телевизионна реклама“?“

По допустимостта на преюдициалните въпроси

18 В началото следва да се провери дали Bundeskommunikationssenat е юрисдикция по смисъла на член 234 ЕО и оттук — дали преюдициалните му въпроси са допустими.

19 Според постоянната съдебна практика, за да прецени дали препращащият орган притежава качеството на юрисдикция по смисъла на член 234 ЕО — въпрос, уреден единствено от общностното право — Съдът взема предвид съвкупност от елементи, като това дали органът има законоустановен характер, дали има постоянно естество, дали компетентността му е задължителна, дали производството пред него е състезателно, дали прилага правни норми, както и дали е независим (вж. по-конкретно Решение от 31 май 2005 г. по дело Syfait и др., C-53/03, Recueil, стр. I-4609, точка 29 и цитираната съдебна практика, и Решение от 14 юни 2007 г. по дело Häupl, C-246/05, Сборник, стр. I-4673, точка 16)

20 В това отношение е необходимо да се напомни, че от една страна от разпоредбите на членове 11, 11a и 12 от KOG следва несъмнено, че Bundeskommunikationssenat отговаря на критериите, свързани с това да има законоустановен характер, да е постоянно действащ, юрисдикцията му да е задължителна, производството пред него да е състезателно и да прилага правни норми.

21 От друга страна, трябва да се посочи, че разпоредбите на член 12 от KOG, тълкувани във връзка с тези на член 20, параграф 2 от Федералната конституция (Bundesverfassungsgesetz), гарантират независимостта на Bundeskommunikationssenat.

22 Предвид изложеното по-горе следва да се приеме, че Bundeskommunikationssenat е юрисдикция по смисъла на член 234 ЕО, поради което неговите преюдициални въпроси са допустими.

По същество

23 С въпросите си, които следва да бъдат разгледани заедно, препращащата юрисдикция пита по същество дали член 1 от Директива 89/552 трябва да се тълкува в смисъл, че в обхвата на неговото определение за телевизионен пазар или съответно за телевизионна реклама попада предаване или част от предаване, в което самият телевизионен оператор предоставя възможност на телевизионните зрители да участват в игра с награда чрез незабавно набиране на телефонни номера за услуги с добавена стойност, следователно срещу заплащане.

24 Необходимо е да се напомни, че както от изискването за еднакво прилагане на общностното право, така и от принципа за равенство следва, че разпоредба от общностното право, чийто текст не съдържа изрично препращане към правото на държава-членка с оглед на определяне на нейния смисъл и обхват, трябва по принцип да получи самостоятелно и еднакво тълкуване навсякъде в Общността, което следва да бъде направено, като се отчитат контекстът на разпоредбата и целта на разглежданата правна уредба (вж. по-конкретно Решение от 18 януари 1984 г. по дело Ekro, 327/82, Recueil, стр. 107, точка 11, Решение от 19 септември 2000 г. по дело Linster, C-287/98, Recueil, стр. I-6917, точка 43, Решение от 17 март 2005 г. по дело Feron, C-170/03, Recueil, стр. I-2299, точка 26 и Решение от 14 декември 2006 г. по дело Nokia, C-316/05, Recueil, стр. I-12803, точка 21).

25 Следователно обхватът, който общностният законодател е искал да придаде на понятията „телевизионна реклама“ и „телевизионен пазар“ по смисъла на член 1 от Директива 89/552, трябва да се преценява с оглед на контекста на тази разпоредба и целта на разглежданата правна уредба.

26 Както следва от двадесет и седмото съображение от Директива 89/552, общностният законодател е искал да гарантира пълна и подходяща защита на интересите на потребителите, каквито са телевизионните зрители, като подчини различните форми на рекламиране, каквито са телевизионната реклама, телевизионният пазар и спонсорството, на известен минимален брой правила и стандарти.

27 От тази гледна точка разпоредбите на глава IV от Директива 89/552, които определят тези правила и стандарти, изразяват волята на общностния законодател, както се подчертава от генералния адвокат в точка 76 от неговото заключение, да отграничи тези форми на рекламиране от останалото съдържание на излъчваните програми, да ги направи недвусмислено разпознаваеми от телевизионните зрители и да ограничи времето за излъчването им. Така защитата на потребителите, каквито са телевизионни зрители, срещу прекомерната реклама представлява един от основните аспекти на целта на Директива 89/552 (вж. в този смисъл Решение от 23 октомври 2003 г. по дело Television, C-245/01, Recueil, стр. I-12489, точка 64).

28 За постигането на тази цел член 1 от Директива 89/552 по-специално дефинира понятията „телевизионна реклама“ и „телевизионен пазар“. Ето защо обхватът на тези понятия трябва да се преценява с оглед на посочената цел.

29 При това положение, за да отговори на въпросите на препращащата юрисдикция, Съдът трябва да провери дали предаване като разглежданото в главното производство отговаря на критериите, към които е прибягнал общностният законодател при дефинирането на посочените понятия.

30 На първо място, относно прилагането на възприетите в член 1, буква е) от Директива 89/552 критерии за дефиниране на телевизионния пазар, следва да се посочи, че в разглежданото предаване, описано в точка 15 от настоящото

решение, телевизионният оператор отправя пряко предложение към обществеността, предоставящо достъп до вид игра с награда срещу заплащане на телефонен разговор.

31 В конкретния случай е безспорно, че стойността на телефонния разговор несъмнено надвишава нормалната тарифа. Освен това не се оспорва, че телефонният оператор превежда част от цената на посочения разговор на телевизионния оператор, който излъчва играта. Така, чрез набирането на телефонния номер за услуги с добавена стойност, изписан на екрана, телевизионният зрител, който допринася за финансирането на играта, и следователно за приходите на телевизионния оператор, получава срещу заплащане достъп до предлаганата от последния дейност.

32 Впрочем дейността, изразяваща се в осигуряването на възможност за потребителите да участват срещу заплащане в игра с награда, може да се счита за предоставяне на услуги (вж. в този смисъл, относно организирането на лотарии, Решение от 24 март 1994 г. по дело Schindler, C-275/92, Recueil, стр. I-1039, точка 25, относно предоставянето на игрални автомати — Решение от 21 септември 1999 г. по дело Läärä и др. C-124/97, Recueil, стр. I-6067, точка 27 и относно провеждането на хазартни игри или игри с парични печалби — Решение от 11 септември 2003 г. по дело Anomar и др. C-6/01, Recueil, стр. I-8621, точка 56).

33 В конкретния случай на телевизионните зрители се предлага по време на предаването да участват в хазартна игра, като им се предоставят необходимите сведения, за да се свържат с водещия на програмата и да се включат в ефир или при невъзможност — да се включат в седмичното теглене на жребий. След като е поканен от водещия да участва в състезанието на предаването, телевизионният зрител приема поканата чрез набиране на телефонния номер за услуги с добавена стойност, изписан на екрана. Телевизионният зрител започва да плаща от момента, в който службите на ORF му отговорят, като увеличената стойност на телефонния разговор се отразява във фактурата му за телефон, като в същия момент той избира дали да играе в ефир или евентуално да участва в тегленето на жребий заедно с останалите обадили се зрители.

34 Следователно въпросният телевизионен зрител приема предложение за участие в игра с надеждата да получи печалба. При тези условия може да се смята, че телевизионният оператор предоставя услуга на телевизионния зрител срещу заплащане, като му дава възможност да участва в игра с награда.

35 С оглед на изложеното квалификацията на разглежданата игра като „телевизионен пазар“ по смисъла на член 1, буква е) от Директива 89/552 налага обаче да се провери още дали, поради своите присъщи белези, посоченото предаване или част от него представлява същинско предложение за услуги. В това отношение националната юрисдикция е компетентна да прецени съвкупността от фактическите обстоятелства на случая по главното производство.

36 При това положение препращащата юрисдикция, в рамките на посочената преценка, следва да вземе предвид целта на предаването, в което е включена играта, значението ѝ за предаването като цяло от гледна точка на време и предвиждани икономически резултати спрямо тези, които се очакват от посоченото предаване, както и насоката на поставяните на кандидатите въпроси.

37 Следва да се добави, че игра като разглежданата в случая по главното производство представлява „телевизионен пазар“ по смисъла на член 1, буква е) от Директива 89/552 само ако съставлява същинска самостоятелна икономическа дейност по предоставяне на услуги и не се ограничава единствено до обикновено предложение за развлечение в рамките на предаването (вж. по аналогия относно игра с награда, включена в печатно издание, Решение от 26 юни 1997 г. по дело Familiapress, C-368/95, Recueil, стр. I-3689, точка 23).

38 В действителност не може да изключи възможността, предвид целта на предаването, в което е включена играта, телевизионният оператор да е имал намерение единствено да му придаде интерактивност, при това без да цели отправянето на същинско предложение за услуги в областта на игрите с парични

печалби, още повече че играта представлява минимална част от съдържанието и времето на излъчване на развлекателното предаване и поради това не променя естеството му и че поставяните на кандидатите въпроси нямат отношение към промоцията на стоки или услуги, свързана с търговия, стопанска дейност, занаят или свободна професия. Същото се отнася и за случаите, при които очакваният икономическия резултат от тази игра има второстепенно значение спрямо този, който постига предаването като цяло.

39 На второ място, във връзка с прилагането на възприетите в член 1, буква в) от Директива 89/552 критерии за дефиниране на телевизионната реклама, е необходимо да се провери дали в предаване като разглежданото в главното производство отправената до телевизионните зрители покана за набиране на телефонен номер за услуги с добавена стойност с цел участие в игра с награда срещу заплащане представлява форма на телевизионно съобщение или излъчване, свързано с търговка дейност за целите на саморекламата на предприятие, с оглед насърчаване на доставянето на стоки и услуги.

40 Препращащата юрисдикция поставя въпроса за квалификацията като „телевизионна реклама“ на съобщението, съдържащо се в предаването или в частта от предаването, разглеждано в главното производство, единствено в случай, че това съобщение не е телевизионен пазар. С оглед изложените в точки 35—38 от настоящото решение съображения според които при отсъствие на същинско предложение за услуги не е налице телевизионен пазар, трябва да се приеме, че разглежданото съобщение се вписва в рамките на развлекателно предаване.

41 Доколкото член 1, буква в) от Директива 89/552 се отнася до всяка форма на телевизионно съобщение, следва също да се приеме, че отговорът на поставения от препращащата юрисдикция въпрос предполага да се вземат предвид всички аспекти на предаването или частта от предаването, за да се определи дали те изразяват намерението за разпространяване на телевизионна реклама сред телевизионните зрители. Ето защо тази преценка не следва да се ограничава само до формата на съобщението, каквато е появата на екрана на телефонен номер за услуги с добавена стойност с цел достъп до участие в играта.

42 В това отношение не може да се оспори, че посредством съобщението телевизионният оператор цели да насърчи интереса към посоченото предаване, като поощри телевизионните зрители да го следят, и да го направи по-привлекателно чрез възможността за участие в игра, от която може да се получи печалба. По принцип обаче всеки телевизионен оператор се стреми да направи привлекателно всяко телевизионно предаване, което е свободен да излъчва. От това не следва, че всяка форма на съобщение, с което се цели да се направи по-привлекателно предаването, представлява телевизионна реклама.

43 Ето защо е необходимо да се изясни дали специфичната форма на съобщение, каквато е поканата за участие в игра с награда, притежава собствен белег, който я характеризира като телевизионна реклама.

44 Следва да се посочи, че това съобщение и играта, до която може да предостави достъп, целят прякото участие на телевизионния зрител в самото съдържание на предаването. Посоченото съобщение е неразделна част от предаването и само по себе си няма a priori за цел да привлича интерес към това предаване.

45 Според съдържанието си обаче, играта може да се изразява в непряко насърчаване на интереса към достойнствата на програмите на оператора, по-специално ако поставяните на кандидата въпроси се отнасят до познанията му за другите предавания на този оператор, поради което могат да поощрят потенциалните участници да следят тези предавания. Същото се отнася и до случаите, при които предвидените награди са производни продукти, служещи за промоция на тези програми, каквито са видеограмите. При тези обстоятелства съобщението, излъчено в това предаване или в част от него, може да се счита за телевизионна реклама под формата на самореклама. Съобщението може да се счита за телевизионна реклама и когато стоките и услугите, предложени като награди, са представени или са предмет на промоция с цел да се поощрят телевизионните зрители да придобият посочените стоки и услуги.

46 Следва да се посочи, че данните, с които разполага Съдът, не му дават възможност да прецени дали това се отнася до предаване или част от предаване, каквото е разглежданото в главното производство. Тази преценка е от компетентността на препращащата юрисдикция.

47 Предвид гореизложеното, на поставените въпроси следва да се отговори, че член 1 от Директива 89/552 трябва да бъде тълкуван в смисъл, че предаване или част от предаване, по време на което телевизионен оператор предоставя възможност на телевизионните зрители да участват в игра с награда чрез незабавно набиране на телефонен номер за услуги с добавена стойност, следователно срещу заплащане,

— попада в обхвата на определението за телевизионен пазар, дадено в буква е) от посочения член, ако предаването или частта от предаването представлява същинско предложение за услуги предвид целта на предаването, в което е включена играта, значението ѝ за предаването от гледна точка на време и предвиждани икономически резултати спрямо тези, които се очакват от предаването като цяло, както и насоката на поставяните на кандидатите въпроси,

— попада в обхвата на определението за телевизионна реклама, дадено в буква в) от посочения член, ако поради целта и съдържанието на тази игра и условията, при които са представени предвидените награди, същата се изразява в съобщение, целящо да поощри телевизионните зрители да придобият стоките и услугите, представени като награди, или непряко да насърчи под формата на самореклама интереса към достойнствата на програмите на съответния оператор.

По съдебните разноски

48 С оглед на обстоятелството, че за страните по главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производството пред препращащата юрисдикция, последната следва да се произнесе по съдебните разноски. Разходите, направени за представяне на становища пред Съда, различни от тези на посочените страни, не подлежат на възстановяване.

По изложените съображения Съдът (четвърти състав) реши:

Член 1 от Директива 89/552/ЕИО 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, изменена с Директива 97/36/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 30 юни 1997 година, трябва да бъде тълкуван в смисъл, че предаване или част от предаване, по време на което телевизионен оператор предоставя възможност на телевизионните зрители да участват в игра с награда чрез незабавно набиране на телефонен номер за услуги с добавена стойност, следователно срещу заплащане,

— попада в обхвата на определението за телевизионен пазар, дадено в буква е) от посочения член, ако предаването или частта от предаването представлява същинско предложение за услуги предвид целта на предаването, в което е включена играта, значението ѝ за предаването от гледна точка на време и предвиждани икономически резултати спрямо тези, които се очакват от предаването като цяло, както и насоката на поставяните на кандидатите въпроси,

— попада в обхвата на определението за телевизионна реклама, дадено в буква в) от посочения член, ако поради целта и съдържанието на тази игра и условията, при които са представени предвидените награди, същата се изразява в съобщение, целящо да поощри телевизионните зрители да придобият стоките и услугите, представени като награди, или непряко да насърчи под формата на самореклама интереса към достойнствата на програмите на съответния оператор.

Подписи