Zbierka súdnych rozhodnutí

ROZSUDOK SÚDNEHO DVORA (druhá komora)

z 18. júla 2013 *

„Televízne vysielanie — Smernica 2010/13/EÚ — Článok 4 ods. 1 a článok 23 ods. 1 — Reklamné spoty — Vnútroštátna právna úprava, ktorá prevádzkovateľom plateného televízneho vysielania stanovuje maximálny podiel vysielacieho času určeného na reklamu, ktorý je nižší než podiel stanovený prevádzkovateľom voľne prístupného televízneho vysielania — Rovnosť zaobchádzania — Slobodné poskytovanie služieb“

Vo veci C-234/12,

ktorej predmetom je návrh na začatie prejudiciálneho konania podľa článku 267 ZFEÚ, podaný rozhodnutím Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Taliansko) zo 7. marca 2012 a doručený Súdnemu dvoru 14. mája 2012, ktorý súvisí s konaním:

Sky Italia Srl

proti

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni,

za účasti:

Reti Televisive Italiane (RTI) SpA,

Maria Iaccarino,

SÚDNY DVOR (druhá komora),

v zložení: predsedníčka druhej komory R. Silva de Lapuerta, sudcovia G. Arestis (spravodajca), J.-C. Bonichot, A. Arabadžiev a J. L. da Cruz Vilaça,

generálna advokátka: J. Kokott,

tajomník: C. Strömholm, referentka,

so zreteľom na písomnú časť konania a po pojednávaní z 10. apríla 2013,

so zreteľom na pripomienky, ktoré predložili:

— Sky Italia Srl, v zastúpení: L. Torchia a R. Mastroianni, avvocati,

— Reti Televisive Italiane (RTI) SpA, v zastúpení: G. M. Roberti, G. Rossi, S. Previti, I. Perego a M. Serpone, avvocati,

* Jazyk konania: taliančina.

— talianska vláda, v zastúpení: G. Palmieri, splnomocnená zástupkyňa, za právnej pomoci S. Varone, avvocato dello Stato,

— Európska komisia, v zastúpení: G. Conte a C. Vrignon, splnomocnení zástupcovia,

po vypočutí návrhov generálnej advokátky na pojednávaní 16. mája 2013,

vyhlásil tento

Rozsudok

1 Návrh na začatie prejudiciálneho konania sa týka výkladu článku 4 ods. 1 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) (Ú. v. EÚ L 95, s. 1, a korigendum Ú. v. EÚ L 263, s. 15), všeobecnej zásady rovnosti zaobchádzania, článkov 49 ZFEÚ, 56 ZFEÚ a 63 ZFEÚ, ako aj článku 11 Charty základných práv Európskej únie (ďalej len „Charta“).

2 Tento návrh bol podaný v rámci sporu medzi spoločnosťou Sky Italia Srl (ďalej len „Sky Italia“) a Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Orgán dohľadu nad komunikáciami, ďalej len „AGCOM“) vo veci rozhodnutia vydaného AGCOM, ktorým bola spoločnosti Sky Italia uložená pokuta za porušenie vnútroštátnej právnej úpravy týkajúcej sa vysielania televíznej reklamy.

Právny rámec

Právo Únie

3 Odôvodenia 41, 83 a 87 smernice o audiovizuálnych mediálnych službách stanovujú:

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

…

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

…

(87) Malo by sa ustanoviť obmedzenie televíznych reklamných a telenákupných spotov na 20 % v rámci jednej hodiny, a to aj počas hlavného vysielacieho času. …“

4 Článok 4 ods. 1 smernice o audiovizuálnych mediálnych službách stanovuje:

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

5 Podľa článku 23 ods. 1 uvedenej smernice „podiel televíznych reklamných spotov a telenákupných spotov v rámci príslušnej hodiny neprekročí 20 %“.

Talianske právo

6 Ustanovenia týkajúce sa limitov vysielacieho času televíznej reklamy sú uvedené v článku 38 legislatívneho dekrétu č. 177, ktorým sa kodifikuje právna úprava v oblasti audiovizuálnych a rozhlasových mediálnych služieb (decreto legislativo n. 177 – Testo unico dei Servizi di Media audiovisivi e radiofonici) z 31. júla 2005 (riadna príloha ku GURI č. 208 zo 7. septembra 2008), zmenenom a nahradenom článkom 12 legislatívneho dekrétu č. 44 z 15. marca 2010, ktorým sa preberá smernica 2007/65/ES o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch, týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania (GURI č. 73 z 29. marca 2010, s. 33, ďalej len „legislatívny dekrét č. 177/2005“), podľa ktorého:

„1. Vysielanie reklamy držiteľom licencie na verejnoprávne rozhlasové a televízne vysielanie nesmie prekročiť 4 % týždenného vysielacieho času a 12 % v priebehu každej hodiny; prípadné prekročenie, ktoré v každom prípade nemôže byť vyššie ako 2 % v priebehu jednej hodiny, sa musí kompenzovať počas predchádzajúcej alebo nasledujúcej hodiny.

2. Vysielanie televíznych reklamných spotov prevádzkovateľmi celoštátne voľne dostupného televízneho – vrátane analógového – vysielania, odlišnými od držiteľa licencie na verejnoprávne rozhlasové a televízne vysielanie, nesmie prekročiť 15 % denného vysielacieho času a 18 % v priebehu každej hodiny; prípadné prekročenie, ktoré však nemôže byť vyššie ako 2 % v priebehu jednej hodiny, sa musí kompenzovať počas predchádzajúcej alebo nasledujúcej hodiny. …

…

5. Vysielanie televíznych reklamných spotov prevádzkovateľmi plateného televízneho – vrátane analógového – vysielania, nesmie v roku 2010 prekročiť 16 %, v roku 2011 14 % a od roku 2012 12 % v priebehu jednej hodiny; prípadné prekročenie, ktoré však nemôže byť vyššie ako 2 % v priebehu jednej hodiny, sa musí kompenzovať počas predchádzajúcej alebo nasledujúcej hodiny.

…“

Skutkový stav vo veci samej a prejudiciálne otázky

7 Rozhodnutím z 13. septembra 2011 uložil AGCOM spoločnosti Sky Italia pokutu vo výške 10 329 eur za porušenie článku 38 ods. 5 legislatívneho dekrétu č. 177/2005.

8 AGCOM konkrétne konštatoval, že Sky Italia 5. marca 2011 v čase od 21. do 22. hodiny odvysielala na svojom platenom televíznom kanáli Sky Sport 1 24 reklamných spotov v celkovej dĺžke 10 minút a 4 sekúnd, čo predstavovalo 16,78 % hodinového vysielacieho času, a po odčítaní deliacich obrazov 16,44 %. AGCOM tak konštatoval, že v príslušnom časovom úseku Sky Italia prekročila o viac ako 2 %, ktoré možno kompenzovať počas predchádzajúcej alebo nasledujúcej hodiny, 14 % časový limit na reklamné vysielanie, ktorý pre prevádzkovateľov plateného televízneho vysielania stanovuje vnútroštátna právna úprava.

9 Sky Italia podala proti uvedenému rozhodnutiu, ktoré vydal AGCOM, žalobu o neplatnosť na Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Regionálny správny súd pre Lazio), pričom v podstate tvrdí, dané rozhodnutie je protiprávne, pretože bolo prijaté podľa článku 38 ods. 5 legislatívneho dekrétu č. 177/2005, ktorý je podľa nej v rozpore s právom Únie.

10 Tribunale amministrativo regionale per il Lazio má pochybnosti o zlučiteľnosti uvedeného vnútroštátneho ustanovenia s právom Únie, a preto rozhodol prerušiť konanie a položiť Súdnemu dvoru tieto prejudiciálne otázky:

„1. Majú sa článok 4 smernice [2010/13], všeobecná zásada rovnosti a ustanovenia [Zmluvy o FEÚ] týkajúce sa voľného pohybu služieb, práva usadiť sa a voľného pohybu kapitálu vykladať tak, že bránia právnej úprave uvedenej v článku 38 ods. 5 legislatívneho dekrétu č. 177/2005, ktorá prevádzkovateľom plateného televízneho vysielania stanovuje kratšie hodinové limity na vysielanie reklamy než prevádzkovateľom voľne prístupného televízneho vysielania?

2. Bráni článok 11 [Charty], vykladaný s ohľadom na článok 10 Európskeho dohovoru o ochrane ľudských práv a základných slobôd [podpísanej v Ríme 4. novembra 1950] a na judikatúru Európskeho súdu pre ľudské práva, a najmä zásada plurality informácií, právnej úprave uvedenej v článku 38 ods. 5 legislatívneho dekrétu č. 177/2005, ktorá prevádzkovateľom plateného televízneho vysielania stanovuje kratšie hodinové limity na vysielanie reklamy než prevádzkovateľom voľne prístupného televízneho vysielania, a tým narušuje hospodársku súťaž a prispieva k vytvoreniu alebo posilneniu dominantného postavenia na trhu televíznej reklamy?“

O prejudiciálnych otázkach

O prvej otázke

11 Svojou prvou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či článok 4 ods. 1 smernice o audiovizuálnych mediálnych službách, ako aj zásada rovnosti zaobchádzania a základné slobody zaručené Zmluvou sa majú vykladať v tom zmysle, že bránia právnej úprave, o akú ide vo veci samej, ktorá prevádzkovateľom plateného televízneho vysielania stanovuje kratšie hodinové limity na vysielanie televíznej reklamy než prevádzkovateľom voľne prístupného televízneho vysielania.

12 V tomto ohľade treba pripomenúť, že na základe smernice Rady 89/552/EHS z 3. októbra 1989 o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania (Ú. v. ES L 298, s. 23; Mim. vyd. 06/001, s. 224), ktorej zmenené a doplnené znenie bolo kodifikované smernicou o audiovizuálnych mediálnych službách, Súdny dvor už rozhodol, že takouto smernicou nebola vykonaná úplná harmonizácia pravidiel týkajúcich sa oblastí jej pôsobnosti, ale táto smernica iba stanovuje minimálne požiadavky na vysielania, ktoré majú pôvod v Únii a sú určené na príjem na jej území (pozri rozsudky z 9. februára 1995, Leclerc-Siplec, C-412/93, Zb. s. I-179, body 29 a 44; z 5. marca 2009, UTECA, C-222/07, Zb. s. I-1407, bod 19, ako aj z 22. septembra 2011, Mesopotamia Broadcast a Roj TV, C-244/10 a C-245/10, Zb. s. I-8777, bod 34).

13 Ako vyplýva z článku 4 ods. 1 smernice o audiovizuálnych mediálnych službách, ako aj z odôvodnení 41 a 83 tejto smernice, na to, aby sa zabezpečilo, že záujmy spotrebiteľov ako televíznych divákov sú plne a riadne chránené, členské štáty majú možnosť, pokiaľ ide o poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb, ktorí spadajú do ich právomoci, stanoviť podrobnejšie a prísnejšie pravidlá a za určitých okolností odlišné podmienky v oblastiach, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, za predpokladu, že tieto pravidlá sú v súlade s právom Únie a osobitne s jej všeobecnými zásadami.

14 Z toho vyplýva, že hoci článok 23 ods. 1 uvedenej smernice stanovuje, že podiel televíznych reklamných spotov a telenákupných spotov v rámci príslušnej hodiny neprekročí 20 %, toto ustanovenie nevylučuje, aby členské štáty pod touto 20 % prahovou hodnotou stanovili rôzne limity vysielacieho času televíznej reklamy v závislosti od toho, či ide o prevádzkovateľa plateného alebo voľne prístupného televízneho vysielania, pokiaľ pravidlá stanovujúce tieto limity sú v súlade s právom Únie a konkrétne s jej všeobecnými zásadami, medzi ktoré patrí najmä zásada rovnosti zaobchádzania, ako aj základné slobody zaručené Zmluvou.

15 Súdny dvor už v tomto ohľade rozhodol, že zásada rovnosti zaobchádzania predstavuje všeobecnú zásadu práva Únie zakotvenú v článkoch 20 a 21 Charty, ktorá vyžaduje, aby sa v porovnateľných situáciách nepostupovalo rozdielne a v rozdielnych rovnako, ak takýto postup nie je objektívne odôvodnený (pozri najmä rozsudok zo 14. septembra 2010, Akzo Nobel Chemicals a Akcros Chemicals/Komisia a i., C-550/07 P, Zb. s. I-8301, body 54 a 55, ako aj citovanú judikatúru).

16 Na účely stanovenia, či sa prevádzkovatelia plateného alebo voľne prístupného televízneho vysielania nachádzajú v porovnateľnej situácii, treba uviesť, že porovnateľnosť dvoch odlišných situácií sa posudzuje s ohľadom na všetky okolnosti, ktoré ich charakterizujú, ako aj na zásady a ciele oblasti, do ktorej patrí predmetný akt (pozri v tomto zmysle rozsudok z 12. mája 2011, Luxembursko/Parlament a Rada, C-176/09, Zb. s. I-3727, bod 32 a citovanú judikatúru).

17 Súdny dvor už v tomto ohľade rozhodol, že ochrana spotrebiteľov ako televíznych divákov pred nadmernou reklamou je kľúčovým prvkom cieľa smernice o audiovizuálnych mediálnych službách (rozsudok z 18. októbra 2007, Österreichischer Rundfunk, C-195/06, Zb. s. I-8817, bod 27, a z 24. novembra 2011, Komisia/Španielsko, C-281/09, Zb. s. I-11811, bod 45).

18 Pokiaľ ide o zásady a ciele pravidiel týkajúcich sa vysielacieho času televíznej reklamy, ktoré sú upravené smernicou o poskytovaní audiovizuálnych mediálnych služieb, Súdny dvor uviedol, že cieľom takýchto pravidiel je na jednej strane vyvážená ochrana finančných záujmov prevádzkovateľov televízneho vysielania a inzerentov, ako aj záujmov držiteľov práv, to znamená autorov a tvorcov, a na druhej strane televíznych divákov ako spotrebiteľov (pozri v tomto zmysle rozsudok Komisia/Španielsko, už citovaný, bod 44 a citovanú judikatúru).

19 Ako to uviedla generálna advokátka v bode 40 svojich návrhov, v prejednávanej veci sa vyvážená ochrana uvedených záujmov líši podľa toho, či prevádzkovateľ televízneho vysielania vysiela svoje programy za poplatok alebo bezplatne.

20 Treba totiž konštatovať, že pokiaľ ide o pravidlá týkajúce sa vysielacieho času televíznej reklamy, finančné záujmy prevádzkovateľov plateného televízneho vysielania sa líšia od finančných záujmov prevádzkovateľov voľne prístupného televízneho vysielania. Zatiaľ čo prví uvedení prevádzkovatelia dosahujú príjmy z predplatného, ktoré televízni diváci uzavreli, druhí uvedení prevádzkovatelia nemôžu takýto priamy zdroj financovania využívať a musia sa financovať buď prostredníctvom výberu príjmov z televíznej reklamy, alebo prostredníctvom iných zdrojov financovania.

21 Takýto rozdiel môže prevádzkovateľov plateného televízneho vysielania, pokiaľ ide o hospodársky dopad pravidiel týkajúcich sa vysielacieho času televíznej reklamy na ich podmienky financovania, v zásade uviesť do objektívne odlišnej situácie.

22 Navyše situácia televíznych divákov je objektívne odlišná podľa toho, či ako predplatitelia využívajú služby prevádzkovateľa plateného televízneho vysielania alebo služby prevádzkovateľa voľne prístupného televízneho vysielania. Uvedení predplatitelia totiž udržujú priamy obchodný vzťah so svojím prevádzkovateľom televízneho vysielania a za využívanie televíznych programov platia určitú cenu.

23 Z toho vyplýva, že pri hľadaní vyváženej ochrany finančných záujmov prevádzkovateľov televízneho vysielania a záujmov televíznych divákov v oblasti televíznej reklamy vnútroštátny zákonodarca mohol bez toho, aby porušil zásadu rovnosti zaobchádzania, stanoviť rôzne limity vysielacieho času tejto reklamy, a to v závislosti od toho, či ide o prevádzkovateľa plateného alebo voľne prístupného televízneho vysielania.

24 Pokiaľ ide o slobodné poskytovanie služieb stanovené v článku 56 ZFEÚ, ktoré je jedinou základnou slobodou, ktorú treba s ohľadom na spor, ktorý bol vnútroštátnemu súdu predložený, zohľadniť, je potrebné uviesť, že vnútroštátna právna úprava dotknutá vo veci samej môže predstavovať obmedzenie tejto slobody. Súdny dvor už pritom rozhodol, že ochrana spotrebiteľov pred nadmierou komerčnej reklamy predstavuje naliehavý dôvod všeobecného záujmu, ktorý môže odôvodniť obmedzenie slobodného poskytovania služieb (pozri v tomto zmysle rozsudok z 28. októbra 1999, ARD, C-6/98, Zb. s. I-7599, bod 50). Ďalej je potrebné, aby uplatnenie takéhoto obmedzenia bolo spôsobilé zaručiť uskutočnenie sledovaného cieľa a nešlo nad rámec toho, čo je na dosiahnutie tohto cieľa nevyhnutné (pozri najmä rozsudok z 18. októbra 2012, X, C-498/10, bod 36).

25 Ako uviedla generálna advokátka v bode 66 svojich návrhov, samotná okolnosť, že limity vysielacieho času televíznej reklamy sa líšia podľa toho, či ide o prevádzkovateľa plateného alebo voľne prístupného televízneho vysielania, nepripúšťa záver, že právna úprava, akou je právna úprava dotknutá vo veci samej, je s ohľadom na cieľ ochrany záujmov televíznych divákov neprimeraná. Vnútroštátnemu súdu, ktorý má v konaní vo veci samej k dispozícii všetky podklady na analýzu, prislúcha, aby overil, či sú splnené podmienky uvedené v predchádzajúcim bode toho rozsudku.

26 Preto treba na prvú otázku odpovedať tak, že článok 4 ods. 1 smernice o audiovizuálnych mediálnych službách, ako aj zásada rovnosti zaobchádzania a článok 56 ZFEÚ sa majú vykladať v tom zmysle, že v zásade nebránia právnej úprave, o akú ide vo veci samej, ktorá prevádzkovateľom plateného televízneho vysielania stanovuje kratšie hodinové limity na vysielanie televíznej reklamy než prevádzkovateľom voľne prístupného televízneho vysielania, pokiaľ je dodržaná zásada proporcionality, čo prislúcha overiť vnútroštátnemu súdu.

O druhej otázke

27 Svojou druhou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či článok 11 Charty bráni vnútroštátnej právnej úprave, o akú ide vo veci samej.

28 V tejto súvislosti sa vnútroštátny súd pýta, či vnútroštátna právna úprava týkajúca sa vysielacieho času televíznej reklamy môže – vzhľadom na možné narušenie hospodárskej súťaže medzi prevádzkovateľmi televízneho vysielania, ktoré vyplýva z uvedenej vnútroštátnej právnej úpravy – porušiť základnú zásadu slobody prejavu a najmä slobodu a pluralitu médií v zmysle článku 11 ods. 2 Charty.

29 Vnútroštátny súd totiž v tomto ohľade uvádza, že článok 38 ods. 5 legislatívneho dekrétu č. 177/2005 môže narušiť hospodársku súťaž a prispieť k vytvoreniu alebo posilneniu dominantného postavenia na trhu televíznej reklamy.

30 V tejto súvislosti treba pripomenúť, že potreba dospieť k výkladu práva Únie, ktorý by bol užitočný pre vnútroštátny súd, vyžaduje, aby tento súd vymedzil skutkový a právny rámec, do ktorého patria otázky, ktoré predkladá, alebo aspoň aby vysvetlil skutkové domnienky, na ktorých sa zakladajú tieto otázky (pozri rozsudky z 26. januára 1993, Telemarsicabruzzo a i., C-320/90 až C-322/90, Zb. s. I-393, bod 6, ako aj z 31. januára 2008, Centro Europa 7, C-380/05, Zb. s. I-349, bod 57).

31 Tieto požiadavky sa uplatňujú predovšetkým v oblasti hospodárskej súťaže, pre ktorú sú charakteristické komplexné skutkové a právne okolnosti (rozsudky Telemarsicabruzzo a i., už citovaný, bod 7, ako aj Centro Europa 7, už citovaný, bod 58).

32 V prejednávanej veci je však návrh na začatie prejudiciálneho konania značne neúplný, pokiaľ ide o informácie týkajúce sa najmä vymedzenia relevantného trhu, výpočtu trhových podielov jednotlivých podnikov, ktoré na uvedenom trhu pôsobia, a zneužitia dominantného postavenia, ktoré vnútroštátny súd uviedol vo svojej druhej otázke.

33 Preto treba druhú otázku považovať za neprípustnú.

O trovách

34 Vzhľadom na to, že konanie pred Súdnym dvorom má vo vzťahu k účastníkom konania vo veci samej incidenčný charakter a bolo začaté v súvislosti s prekážkou postupu v konaní pred vnútroštátnym súdom, o trovách konania rozhodne tento vnútroštátny súd. Iné trovy konania, ktoré vznikli v súvislosti s predložením pripomienok Súdnemu dvoru a nie sú trovami uvedených účastníkov konania, nemôžu byť nahradené.

Z týchto dôvodov Súdny dvor (druhá komora) rozhodol takto:

Článok 4 ods. 1 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách), ako aj všeobecná zásada rovnosti zaobchádzania a článok 56 ZFEÚ sa majú vykladať v tom zmysle, že v zásade nebránia právnej úprave, o akú ide vo veci samej, ktorá prevádzkovateľom plateného televízneho vysielania stanovuje kratšie hodinové limity na vysielanie televíznej reklamy než prevádzkovateľom voľne prístupného televízneho vysielania, pokiaľ je dodržaná zásada proporcionality, čo prislúcha overiť vnútroštátnemu súdu.

Podpisy