



Presse et Information

Cour de justice de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 96/13

Luxembourg, le 18 juillet 2013

Arrêt dans l'affaire C-234/12

Sky Italia Srl / Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

La réglementation italienne sur la publicité télévisée prévoyant des limites horaires plus basses pour les télévisions payantes que pour celles à accès libre est, en principe, conforme au droit de l'Union

Le principe de proportionnalité doit cependant être respecté

La directive « services de médias audiovisuels »¹ soumet la publicité télévisée à des normes minimales et critères, afin d'assurer la protection des intérêts des consommateurs que sont les téléspectateurs. À cet égard, elle fixe une limite de 20 % de spots publicitaires et de téléachat par heure, mais laisse aux États membres la faculté de prévoir des règles plus détaillées ou plus strictes pour les fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence.

La législation italienne prévoit que la diffusion de messages publicitaires par le concessionnaire du service public général de radiotélévision ne peut dépasser 4 % du temps hebdomadaire de programmation, ni 12 % de chaque heure. La diffusion de spots de publicité sur les autres télévisions en clair ne peut dépasser 15 % du temps quotidien de programmation et 18 % de chaque heure, tandis que pour les télévisions payantes, elle ne pouvait dépasser, pour l'année 2011, 14 % de chaque heure (dans ces deux cas, tout dépassement éventuel – qui ne peut, en tout état de cause, être supérieur à 2 % en une heure – doit être récupéré sur l'heure précédente ou suivante).

Le 5 mars 2011, entre 21 et 22 heures, la chaîne de télévision payante Sky Sport 1, éditée par Sky Italia, a diffusé 24 spots publicitaires, pour une durée de 10 minutes et 4 secondes, soit un pourcentage horaire de 16,78 %, dépassant ainsi la limite horaire nationale de diffusion publicitaire de 14 % imposée aux télévisions payantes.

L'Autorité de garantie des Communications (AGCOM) a infligé par conséquent à Sky Italia une sanction de 10 329 euros.

Sky Italia a demandé au Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (Tribunal administratif de la région du Latium, Italie) l'annulation de la décision de l'AGCOM, à son avis contraire au droit de l'Union.

Cette juridiction demande à la Cour de justice si la directive « services de médias audiovisuels », ainsi que le principe d'égalité de traitement et des libertés fondamentales garanties par le traité FUE admettent une réglementation nationale qui prévoit des limites horaires de diffusion de la publicité télévisée plus basses pour les télévisions payantes que pour celles à accès libre.

¹ Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil, du 10 mars 2010, visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (JO L 95, p. 1).

Dans son arrêt de ce jour, la Cour rappelle tout d'abord que **la directive** ne procède pas à une harmonisation complète des domaines auxquels elle s'applique, mais **édicte des prescriptions minimales**².

Les États membres ont par conséquent la faculté de prévoir des règles plus détaillées ou plus strictes et, dans certains cas, des conditions différentes, sous réserve qu'elles soient conformes au droit de l'Union. Ainsi, lorsque la directive prévoit que le pourcentage de spots de publicité télévisée et de téléachat ne dépasse pas 20 %, elle n'exclut pas que les États membres puissent imposer différentes limites, au-dessous dudit seuil. Les règles nationales doivent, néanmoins, respecter le principe d'égalité de traitement.

La Cour souligne ensuite que **les principes et les objectifs des règles relatives au temps de diffusion de la publicité télévisée visent à établir une protection équilibrée**, d'une part, **des intérêts financiers des télévisions et des annonceurs** et, d'autre part, **des intérêts des auteurs et créateurs, ainsi que des consommateurs** que sont les téléspectateurs.

Cet équilibre varie en fonction du fait que les télévisions transmettent leurs programmes moyennant paiement ou non.

En effet, les intérêts financiers des télévisions payantes, qui reçoivent les recettes des abonnements souscrits par les téléspectateurs, sont différents de ceux des télévisions à accès libre, qui ne bénéficient pas d'une telle source directe de financement et doivent se financer, entre autres, par la perception des recettes de la publicité. Une telle différence est, en principe, de nature à placer les télévisions payantes dans une situation objectivement différente.

La situation des téléspectateurs est également différente selon qu'ils sont abonnés à une télévision payante (à la laquelle ils versent un prix pour la jouissance des programmes) ou se servent d'une télévision à accès libre.

Il s'ensuit que, dans la recherche d'une protection équilibrée des intérêts financiers des télévisions et des intérêts des téléspectateurs, **le législateur national peut fixer des limites au temps de diffusion horaire de la publicité, qui diffèrent en fonction du caractère payant ou non des télévisions.**

La Cour signale enfin que la réglementation italienne pourrait comporter une restriction à la libre prestation des services.

À ce propos, la Cour déclare que la **protection des consommateurs contre les excès de la publicité commerciale constitue néanmoins une raison impérieuse d'intérêt général pouvant justifier des restrictions à la libre prestation des services**, pour autant que ces restrictions soient **propres à garantir la réalisation de l'objectif poursuivi et n'aillent pas au-delà de ce qui est nécessaire pour l'atteindre**. Il appartient à la juridiction de renvoi de vérifier si ces conditions sont remplies.

RAPPEL: Le renvoi préjudiciel permet aux juridictions des États membres, dans le cadre d'un litige dont elles sont saisies, d'interroger la Cour sur l'interprétation du droit de l'Union ou sur la validité d'un acte de l'Union. La Cour ne tranche pas le litige national. Il appartient à la juridiction nationale de résoudre l'affaire conformément à la décision de la Cour. Cette décision lie, de la même manière, les autres juridictions nationales qui seraient saisies d'un problème similaire.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas la Cour de justice.

Le [texte intégral](#) de l'arrêt est publié sur le site CURIA le jour du prononcé.

Contact presse: Marie-Christine Lecerf ☎ (+352) 4303 3205

² Arrêt de la Cour du 22 septembre 2011, *Mesopotamia Broadcast et Roj TV* (C-244/10 et C-245/10), voir aussi [CP 99/11](#) sur l'interprétation de la directive 89/552/CE, dite « Télévision sans frontières », qui a ensuite été modifiée et codifiée par la directive « services de média audiovisuels ».