

Byla C-555/19

Prašymas priimti prejudicinį sprendimą

Gavimo data:

2019 m. liepos 19 d.

Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas:

Landgericht Stuttgart (Vokietija)

Nutarties dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą priėmimo data:

2019 m. liepos 12 d.

Ieškovė:

Fussl Modestraße Mayr GmbH

Atsakovė:

SevenOne Media GmbH

<...>

Landgericht Stuttgart

Nutartis

Byloje

Fussl Modestraße Mayr GmbH, <...> Ort im Innkreis, Austrija

<...>

prieš

SevenOne Media GmbH, <...> Unterföhring[, Vokietija]

<...>

dėl sutarties dėl televizijos reklamos teikimo

Landgericht Stuttgart <...> nutarė: (**orig. p. 2**)

(su procesu susijusi informacija) <...>

II.

Pagal SESV 267 straipsnį Europos Sąjungos Teisingumo Teismui pateikti šiuos klausimus dėl Sąjungos teisės išaiškinimo:

1. Ar
 - a) Direktyvos 2010/13/ES 4 straipsnio 1 dalis,
 - b) Sąjungos teisėje įtvirtintas lygybės principas ir
 - c) SESV 56 straipsnio nuostata dėl laisvės teikti paslaugas

aiškintini taip, kad jie draudžia priimti ir (ar) taikyti nacionalinės teisės aktą, kuriuo transliavimo programose, transliuojamose visoje valstybėje narėje, draudžiama transliuoti reklamą viename regione?

2. Ar 1 klausimas vertintinas kitaip, jei nacionalinėje teisėje galima taikyti įstatymo nuostatas, pagal kurias įstatymu galima leisti transliuoti reklamą viename regione ir šioje byloje ją transliuoti leidžiama gavus (reikalingą papildomą) institucijos leidimą?

3. Ar 1 klausimas vertintinas kitaip, jei faktiškai nepasinaudojama 2 klausime nurodyta galimybe leisti transliuoti reklamą viename regione, todėl regione atitinkamai draudžiama transliuoti reklamą?

4. Ar Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnis, atsižvelgiant į Europos žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos 10 straipsnį ir į Europos žmogaus teisių teismo jurisprudenciją, ypač į informavimo pliuralizmo principą, aiškintini taip, kad jie draudžia priimti ir (ar) taikyti nacionalinės teisės aktą, aprašytą 1, 2 ir 3 klausime? (**orig. p. 3**)

Motyvai:

I. Faktinės aplinkybės

Ieškovė reikalauja, kad atsakovė *ProSiebenSat.1 Television GmbH* televizijos programoje „ProSieben“ transliuotų reklamos intarpą, tačiau jo transliacija apsiribotų *Vodafone Kabel Deutschland GmbH* kabeliniu tinklu Bavarijoje.

Ieškovė yra drabužių kūrimo įmonė, įsisteigusi Ort im Innkreis mieste (Austrija), iš kurio vadovauja dideliame drabužių kūrimo salonų skaičiui. Šie drabužių kūrimo salonai yra

- i) Austrijoje, vadinasi, galimų pirkėjų iš Vokietijos „traukos zonoje“, ir
- ii) Vokietijos Bavarijos federacinėje žemėje, todėl ieškovė taip pat tiesiogiai pasiekia vokiečius pirkėjus Bavarijoje.

Atsakovė yra *ProSiebenSat.1* grupės rinkodaros įmonė. Ji yra įsisteigusi Unterföhringe (Vokietija).

Ieškovė, norėdama paskatinti savo komercinę veiklą Austrijoje ir Vokietijoje, šiuo atveju apsiribojant tik Bavarija, su atsakove 2018 m. gegužės 25 d. sudarė sutartį <...> dėl televizijos reklamos įtraukimo į „ProSieben“ televizijos programą, tačiau ši reklama turėjo būti transliuojama tik Bavarijos teritorijoje, konkrečiai – *Vodafone Kabel Deutschland GmbH* kabeliniame tinkle Bavarijoje. Todėl reklama turėjo būti įtraukta ne į visoje Vokietijoje transliuojamą „ProSieben“ programą, o transliuojama tik kabeliu perduodamu signalu *Vodafone Kabel Deutschland GmbH* kabeliniame tinkle Bavarijoje.

Reklamos transliavimas buvo apribotas todėl, kad ieškovė, veikianti tik Austrijoje ir Bavarijoje, nebuvo ekonomiškai suinteresuota transliuoti televizijos reklamą visoje Vokietijoje. Atvirkščiai – visoje Vokietijoje transliuojama reklama ieškovei galėtų atnešti žalos, nes iš šios reklamos tikslinė auditorija galėtų susidaryti įspūdi, kad prekes galima įsigyti visoje Vokietijoje, tačiau ieškovė, vidutinė įmonė, kuri įsitvirtindama Vokietijos rinkoje su savo turimais ištekliais turi apsiriboti tam tikrais regionais, negalėtų patenkinti galimos paklausos. Todėl kiltų pavojus, kad naudotojai (be kita ko, internete) ją neigiamai įvertintų.

Be to, dėl ribotos transliacijos geografinės aprėpties ieškovė turi sumokėti atsakovei mažesnę atlygį. (orig. p. 4)

Atsakovė atsisako įtraukti reklamos intarpą ir jo transliaciją į „ProSieben“ programą. Nors neginčijama, kad techniškai ji galėtų transliuoti reklamą viename regione, tačiau ji nurodo, kad transliavimą reglamentuojančios nuostatos jai neleidžia vykdyti sutarties.

II. Vokietijos teisės nuostatos, reikšmingos priimant sprendimą

Ši Vokietijos teisės nuostata yra reikšminga priimant sprendimą šioje byloje:

„*Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien* (Valstybinė sutartis dėl transliavimo ir teležiniasklaidos, toliau – *Rundfunkstaatsvertrag, RStV*), su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2015 m. gruodžio 21 d. pranešimu

<...>

7 straipsnis. Reklamos principai, ženklavimo reikalavimai

<...>

11) Reklamą ar kitokį turinį programoje, kuri numatyta transliuoti visoje Vokietijoje arba kurią leidžiama transliuoti visoje Vokietijoje, transliuoti ne visoje Vokietijoje galima tik tuomet, kai (ir kiek) tai leidžiama federacinės žemės, kurioje vyksta ši visai Vokietijai neskirta transliacija, teisės aktais. Jei privačių subjektų reklama ar kitoks turinys transliuojamas ne visoje Vokietijoje, tuomet reikia gauti atskirą leidimą pagal federacinės žemės teisę; jis gali būti suteikiamas laikantis įstatymu numatytų esminių sąlygų.

<...>“

Iki šiol jokia federacinė žemė nepasinaudojo šioje nuostatoje suteikiama galimybe pagal federacinės žemės teisę gauti leidimus transliuoti reklamą viename regione. (orig. p. 5)

III. Teisinė padėtis

1. Laisvė teikti paslaugas

Gali būti, kad *RSV* 7 straipsnio 11 dalimi pažeidžiamas SESV 56 straipsnis, pagal kurį Sąjungoje uždraudžiami laisvės teikti paslaugas apribojimai, taikomi valstybių narių nacionaliniams subjektams, kurie yra įsisteigę kitoje valstybėje narėje negu valstybė, kurios subjektu yra asmuo, kuriam tos paslaugos teikiamos. Šiuo atveju kalbant apie reklamą, kurią vienoje valstybėje narėje įsisteigęs televizijos transliuotojas už atlygį transliuoja kitam kitoje valstybėje narėje įsisteigusiam reklamos skelbėjui, turima omenyje paslauga pagal SESV 57 straipsnį (2008 m. liepos 17 d. Teisingumo Teismo sprendimo byloje C-500/06 33 punktas). Šioje byloje *RSV* 7 straipsnio 11 dalimi ieškovei trukdoma gauti tokią paslaugą, o atsakovei trukdoma teikti tokią paslaugą.

Išimtiniais atvejais galima taikyti priemones, kuriomis ribojama pagal SESV 56 straipsnį suteikta laisvė teikti paslaugas arba mažinamas jos patrauklumas. Vis dėlto išimtis gali būti taikoma tik laikantis tam tikrų sąlygų: priemonės turi būti taikomos nediskriminuojamai, atitikti privalomus bendrojo intereso pagrindus, turi būti tinkamos numatytam tikslui pasiekti ir turi neviršyti to, kas būtina jo siekiant (2008 m. liepos 17 d. Teisingumo Teismo sprendimo byloje C-500/06 35 punktas). Be to, priemonės turi būti tinkamos siaurąja prasme (2007 m. gruodžio 13 d. Teisingumo Teismo sprendimo byloje C-250/06 44 punktas).

Abejotina, ar *RSV* 7 straipsnio 11 dalies atveju šios sąlygos įvykdytos.

a) Galima daryti prielaidą, kad regioniniai žiniasklaidos paslaugų teikėjai dėl šios nuostatos gaus ekonominės naudos. Vis dėlto tik ekonominė nauda vienam ar keliems konkurentams negali būti laikoma privalomuoju bendrojo intereso tikslu, pateisinančiu Sutartimi užtikrinamos pagrindinės laisvės apribojimą (2010 m. gruodžio 22 d. Teisingumo Teismo sprendimo byloje C-338/09 51 punktas).

b) Taip pat galima daryti prielaidą, kad *RStV 7* straipsnio 11 dalis gali padėti išsaugoti arba net padidinti žiniasklaidos įvairovę. Vis dėlto pagal Europos Sąjungos Teisingumo Teismo jurisprudenciją šiuo tikslu galima pateisinti minėtą pagrindinių laisvių apribojimą tik tuomet, jeigu šio tikslo iš tikrųjų nuosekliai ir sistemiškai siekiama (žr. 2010 m. liepos 12 d. Teisingumo Teismo sprendimo byloje C-176/11 22 punktą). Pastaroji prielaida atrodo abejotina atsižvelgiant į tai, kad didieji interneto reklamos milžinai *Google* ir *Facebook* gali teikti (orig. p. 6) regioninės reklamos paslaugas.

c) Be to, abejotina, ar vadovaujantis šia nuostata siekiama šio tikslo ir (jei tam būtų pritarta) ar ji tinkama siaurąja prasme. Šioje byloje akivaizdu, kad *RStV 7* straipsnio 11 dalis regioninei žiniasklaidai nebuvo naudinga arba gauta nauda buvo nedidelė, o ekonominės veiklos vykdytojų, kaip antai ieškovės, galimybės reklamuotis yra labai apribotos. Todėl niekas negiūnija ieškovės argumento, kad regioninės programos yra skirtos žiūrovams, kuriems svarbios vietos naujienos. Žiūrovų nuomone, savo turiniu ir pateikimu jos kokybės požiūriu smarkiai nusileidžia visoje Vokietijoje transliuojamoms televizijos programoms. Todėl, atsižvelgiant į šių programų lokalų pobūdį, net visos kartu sudėtos regioninės programos sudaro mažiau kaip 5 % bendros televizijos transliacijų aprėpties. Todėl reklamuodamasi vadinamosiose regioninėse programose ieškovė negali pasiekti reikšmingos reklaminės vertės. Net jei ieškovė reklamuotųsi visose regioninėse programose, ji negalėtų pasinaudoti daugiau kaip 95 % televizijos reklamos rinkos. Taip pat neįvyktų atitinkamas įvaizdžio perkėlimas, kuris įvyksta reklamuojantis, žiūrovų požiūriu, aukštos kokybės visoje Vokietijoje transliuojamose televizijos programose. Būtent šis įvaizdžio perkėlimas yra esminis veiksnys kuriant sėkmingą televizijos reklamą, kuri populiarintų prekės ženklą „Fussl Modestraße“.

2. Informacijos ir saviraiškos laisvė

Be to, *RStV 7* straipsnio 11 dalis galėtų būti laikoma neleistinu kišimuisi į Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 11 straipsniu ir EŽTK 10 straipsniu saugomą informacijos laisvę ir į Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 11 straipsniu saugomą saviraiškos laisvę.

3. Lygybės principas pagal Sąjungos teisę

Galiausiai *RStV 7* straipsnio 11 dalimi galėtų būti pažeidžiamas Sąjungos teisėje įtvirtintas lygybės principas. Transliuotojai ir nacionaliniai bei užsienio ekonominės veiklos vykdytojai, norintys nacionalinėje transliavimo priemonėje užsakyti įprastą televizijos reklamą, *RStV 7* straipsnio 11 dalimi diskriminuojami kitų žiniasklaidos paslaugų teikėjų atžvilgiu, pirmiausia kalbant apie išmaniąsias audiovizualines žiniasklaidos paslaugas, kaip antai vaizdo paslaugą pagal užsakymą arba srautinį vaizdo siuntimą, pvz., *Youtube* arba *Spotify*. Jie gali savo reklamą diferencijuoti pagal atskirus regionus, panašiai kaip visoje Vokietijoje parduodama spausdinta žiniasklaida. Be to, atskiri ekonominės veiklos vykdytojai

diskriminuojami vienas kito atžvilgiu. Regioninės reklamos draudimas *de facto* prisideda prie to, kad suteikiamas pranašumas dideliems, visoje Vokietijoje veikiančioms paslaugų teikėjams, kuriems atitinkamas reklamos paskelbimas yra naudingas. (orig. p. 7)

IV. Prejudicinių klausimų reikšmė priimant sprendimą

Nuo atsakymų į prejudicinius klausimus (kurių Europos Sąjungos Teisingumo Teismas iki šiol neišaiškino) priklauso šios bylos sprendimas. Jei *RStV 7* straipsnio 11 dalis būtų nepriimtina pagal Sąjungos teisę, ieškovė galėtų reikalauti, kad atsakovė vykdytų sutartį, t. y. Bavarijos federacinėje žemėje transliuotų regioninę reklamą, kaip nurodyta sutartyje. Kita vertus, jei *RStV 7* straipsnio 11 dalis būtų priimtina pagal Sąjungos teisę, atsakovė pagal BGB 275 straipsnio 1 dalį būtų atleista nuo prievolės vykdymo.

(Parašai)

<...>