

**Cauza C-555/19**

**Cerere de decizie preliminară**

**Data depunerii:**

19 iulie 2019

**Instanța de trimitere:**

Landgericht Stuttgart (Germania)

**Data deciziei de trimitere:**

12 iulie 2019

**Reclamantă:**

Fussl Modestraße Mayr GmbH

**Pârâtă:**

SevenOne Media GmbH

---

[omissis]

Landgericht Stuttgart [Tribunalul Regional din Stuttgart]

**Ordonanță**

În litigiul dintre

**Fussl Modestraße Mayr GmbH**, [omissis] Ort im Innkreis, Austria

[omissis]

împotriva

**SevenOne Media GmbH**, [omissis] Unterföhring, Germania

[omissis]

privind executarea contractului de publicitate televizată,

Landgericht Stuttgart [Tribunalul Regional din Stuttgart] [*omissis*] a hotărât: **[OR. 2]**

[informație procedurală] [*omissis*]

## II.

Adresează Curții de Justiție a Uniunii Europene, în temeiul articolului 267 TFUE, următoarele întrebări cu privire la interpretarea dreptului Uniunii:

- 1a) Articolul 4 alineatul (1) din Directiva 2010/13/UE
- b) principiul egalității de tratament prevăzut de dreptul Uniunii și
- c) dispozițiile articolului 56 TFUE privind libera prestare a serviciilor

trebuie interpretate în sensul că se opun unei dispoziții naționale care interzice difuzarea publicității în programele audiovizuale autorizate pentru întregul stat membru?

2) Prima întrebare trebuie apreciată în mod diferit dacă legislația națională permite reglementări în temeiul cărora difuzarea regională a publicității poate fi autorizată prin lege și, în acest caz, este necesară o autorizație administrativă suplimentară?

3) Prima întrebare trebuie apreciată în mod diferit dacă nu este utilizată efectiv posibilitatea autorizării publicității regionale prezentată în cea de a doua întrebare și, în consecință, publicitatea regională este interzisă permanent?

4) Articolul 11 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene trebuie interpretat, luând în considerare articolul 10 din Convenția europeană pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale, precum și jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului, în special principiul pluralismului informației, în sensul că se opune unei reglementări naționale precum cea descrisă în prima, a doua și a treia întrebare? **[OR 3]**

### Motive:

#### I. Situația de fapt

Reclamanta solicită pârâtei să îi permită difuzarea unui spot publicitar în programul de televiziune „ProSieben” al ProSiebenSat.1 Television GmbH, limitat la rețeaua de cablu a Vodafone Kabel Deutschland GmbH în Bavaria.

Reclamanta este o întreprindere de modă, cu sediul în Ort im Innkreis (Austria), de unde administrează numeroase case de modă. Aceste case de modă se află

- (i) în Austria, inclusiv în „zona de acoperire” a potențialilor clienți din Germania, precum și
- (ii) în Germania, în landul Bavaria, astfel încât reclamanta se adresează direct și unor clienți germani, în Bavaria.

Pârâta este societatea de comercializare a grupului ProSiebenSat.1. Sediul acesteia se află în Unterföhring (Germania).

În scopul promovării activităților sale economice în Austria și în Germania, în măsura în care acestea se limitează, la nivel local, la Bavaria, reclamanta a încheiat, la 25 mai 2018, un contract cu pârâta [*omissis*] privind includerea publicității televizate în programul de televiziune „ProSieben”, limitat însă la teritoriul landului Bavaria, mai precis, la instalațiile de cablu ale Vodafone Deutschland GmbH din Bavaria. Prin urmare, publicitatea nu este destinată să fie inclusă în programul „ProSieben” difuzat pe întreg teritoriul Germaniei, ci numai în semnalul pentru retransmisia prin cablu în rețelele de cablu ale Vodafone Kabel Deutschland GmbH din Bavaria.

Motivul limitării difuzării publicității rezidă în faptul că reclamanta, în calitate de întreprindere cu activitate la nivel local, în Austria și în Bavaria, nu manifestă un interes economic de transmitere a publicității televizate pe întreg teritoriul Germaniei. Dimpotrivă, o publicitate pe întreg teritoriul Germaniei ar fi în detrimentul reclamantei, întrucât aceasta ar putea crea pentru destinatarii publicității impresia unei oferte valabile pe întreg teritoriul Germaniei, pe care însă reclamanta, în calitate de întreprindere mijlocie, care pentru accesul pe piața germană trebuie să se concentreze cu resursele disponibile asupra anumitor regiuni, nu o poate furniza. Acest lucru ar putea implica evaluări negative ale utilizatorilor (printre altele, pe internet).

De asemenea, din cauza limitării teritoriale, reclamanta trebuie să plătească pârâtei o remunerație mai mică. [OR 4]

Pârâta refuză includerea spotului publicitar și difuzarea acestuia în programul „ProSieben”. Deși este incontestabil că, din punct de vedere tehnic, aceasta este în măsură să permită difuzarea publicității regionalizate precum cea de față, pârâta se bazează pe faptul că nu poate executa contractul în temeiul dispozițiilor legislației audiovizualului.

## II. Dispozițiile din dreptul german relevante pentru soluționarea litigiului

Dispoziția din legislația germană relevantă pentru soluționarea litigiului prevede:

**„Tratatul de stat privind radiodifuziunea și telemedia (Rundfunkstaatsvertrag – RStV), în versiunea publicată la 21 decembrie 2015**

[...]

### **Articolul 7 Principii de publicitate, cerințe de etichetare**

[...]

11 Difuzarea materialelor publicitare sau a altor conținuturi care nu este efectuată pe întreg teritoriul Germaniei în cadrul unui program desemnat sau autorizat pentru difuzarea la nivel național este permisă numai dacă și în măsura în care acest lucru este permis de legislația landului în care are loc difuzarea neefectuată pe întreg teritoriul Germaniei. Materialele publicitare sau alte conținuturi ale operatorilor privați, nedifuzate pe întreg teritoriul Germaniei, necesită o autorizație separată în temeiul legislației landului. Aceasta poate fi supusă unor condiții de conținut care trebuie stabilite prin lege.

[...]

Până în prezent, niciun land federal nu a făcut uz de posibilitatea prevăzută de această normă privind publicitatea regionalizată pe baza aprobărilor acordate în temeiul legislației landurilor. **[OR 5]**

### **III. Situația de drept**

#### 1. Libertatea de a presta servicii

Articolul 7 alineatul 11 din RStV este susceptibil să încalce articolul 56 TFUE, potrivit căruia, în principiu, sunt interzise restricțiile privind libera prestare a serviciilor în cadrul Uniunii cu privire la resortisanții statelor membre stabiliți într-un alt stat membru decât cel al beneficiarului serviciilor. În acest caz, publicitatea pe care un operator de televiziune cu sediul într-un stat membru o difuzează cu titlu oneros pentru o altă persoană care își face publicitate, stabilită într-un alt stat membru, reprezintă un serviciu în sensul articolului 57 TFUE (Hotărârea Curții din 17 iulie 2008, C-500/06, Juris, punctul 33). În speță, articolul 7 alineatul 11 din RStV împiedică reclamanta să primească un astfel de serviciu și pârâta să presteze un astfel de serviciu.

Chiar dacă, în cazuri excepționale, sunt permise măsuri care să împiedice sau să facă mai puțin atractivă libertatea de a presta servicii acordată în temeiul articolului 56 TFUE, totuși, un caz excepțional există numai în anumite condiții: măsurile se aplică nediscriminatoriu, răspund unor motive imperative de interes general, pot să garanteze realizarea obiectivului pe care îl urmăresc și nu depășesc ceea ce este necesar pentru atingerea acestuia (Hotărârea Curții din 17 iulie 2008, C-500/06, Juris, punctul 35). De asemenea, măsurile trebuie să fie adecvate în sens strict (Hotărârea Curții din 13 decembrie 2007, C-250/06, Juris, punctul 44).

Este incert dacă aceste condiții sunt îndeplinite în cazul articolului 7 alineatul 11 din RStV.

a) Chiar dacă se poate considera că furnizorii regionali de servicii mass-media beneficiază din punct de vedere economic de această prevedere, avantajele de natură exclusiv economică în favoarea unuia sau mai multor concurenți nu constituie un motiv imperativ de interes general care să justifice o restricție privind o libertate fundamentală garantată de tratat (Hotărârea Curții din 22 decembrie 2010, C-338/09, Juris, punctul 51).

b) De asemenea, chiar dacă se pleacă de la premisa că articolul 7 alineatul 11 din RStV contribuie la menținerea sau chiar la extinderea pluralismului mediatic, totuși, potrivit jurisprudenței Curții de Justiție a Uniunii Europene, acest obiectiv ar justifica o restricționare a unei libertăți fundamentale precum cea menționată în speță, dacă ar avea loc într-un mod coerent și sistematic (a se vedea Hotărârea Curții din 12 iulie 2012, C-176/11, Juris, punctul 22). Acest din urmă aspect pare îndoielnic, având în vedere faptul că giganți ai publicității online, precum Google și Facebook, sunt autorizați să ofere publicitate regională pe internet [OR 6].

c) În plus, este discutabil dacă reglementarea privind urmărirea obiectivului este indicată și – în caz afirmativ – adecvată în sens strict. În cazul de față, se ridică problema dacă mass-media regională nu beneficiază sau beneficiază doar într-o mică măsură de articolul 7 alineatul 11 din RStV, în timp ce posibilitățile de publicitate ale comercianților precum reclamanta sunt limitate în mod semnificativ. Astfel, reclamanta afirmă, fără a fi contrazisă, că programele regionale se adresează telespectatorilor cu interese locale specifice. În funcție de conținutul și formatul lor, din perspectiva telespectatorilor, acestea s-ar situa, din punct de vedere calitativ, cu mult în urma programelor de televiziune difuzate pe întreg teritoriul Germaniei. Alături de caracteristicile locale ale programelor respective, acest lucru ar face ca toate programele regionale să reprezinte mai puțin de 5 % din acoperirea TV totală. Din acest motiv, prin publicitatea în așa-numitele programe regionale, reclamanta nu ar putea obține o valoare publicitară relevantă. Chiar și în cazul publicității în cadrul tuturor programelor regionale, reclamanta ar fi exclusă de la mai mult de 95 % din piața publicității televizate. De asemenea, nu există un transfer relevant de imagini astfel cum este cazul publicității în programele de televiziune naționale de calitate ridicată din punctul de vedere al telespectatorilor. Totuși, chiar acest transfer de imagini ar fi decisiv pentru succesul publicității televizate pentru dezvoltarea mărcii „Fussl Modestraße”.

## 2. Libertatea de difuzare și libertatea de exprimare

Articolul 7 alineatul 11 din RStV ar putea reprezenta, în plus, o ingerință inadmisibilă în libertatea de difuzare protejată de articolul 11 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene și de articolul 10 din CEDO și în libertatea de exprimare protejată de articolul 11 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene.

### 3. Principiul egalității de tratament prevăzut de dreptul Uniunii

În sfârșit, prin articolul 7 alineatul 11 din RStV s-ar putea aduce atingere principiului egalității de tratament prevăzut de dreptul Uniunii. Prin articolul 7 alineatul 11 din RStV, organismele de difuzare și comercianții naționali și străini care doresc să transmită publicitate televizată liniară în cadrul serviciilor naționale de difuzare sunt dezavantajați în raport cu alți furnizori de servicii mass-media, în special cu furnizorii de servicii mass-media audiovizuale neliniare precum serviciile *video-on-demand* sau de *streaming*, ca YouTube sau Spotify. Aceștia își pot diferenția publicitatea la nivel regional în același mod precum presa scrisă oferită pe întreg teritoriul Germaniei. În plus, comercianții individuali sunt dezavantajați între ei. *De facto*, interdicția de a face publicitate la nivel regional duce la o favorizare a furnizorilor mari, activi pe întreg teritoriul Germaniei, pentru care este avantajoasă o difuzare corespunzătoare a publicității. [OR 7]

### **IV. Relevanța întrebărilor de interpretare pentru soluționarea litigiului**

Soluționarea prezentului litigiu depinde de răspunsul la întrebările preliminare care, până în prezent, nu au fost interpretate de Curtea de Justiție a Uniunii Europene. În cazul inadmisibilității din perspectiva dreptului Uniunii a articolului 7 alineatul 11 din RStV, reclamanta ar putea solicita pârâtei executarea contractului, și anume transmiterea convenită prin contract a publicității regionalizate în landul Bavaria. Pe de altă parte, în cazul conformității cu dreptul Uniunii a articolului 7 alineatul 11 din RStV, pârâta ar fi exonerată de obligația care îi revine în conformitate cu articolul 275 alineatul 1 din BGB (Codul civil german).

[Semnături]

[omissis]