



COMUNICADO DE PRENSA n.º 21/24

Luxemburgo, 30 de enero de 2024

Sentencia del Tribunal de Justicia en el asunto C-255/21 | Reti Televisive Italiane

Límite horario de anuncios publicitarios en televisión: los anuncios promocionales de programas de radio emitidos en canales de televisión del mismo grupo de empresas no son, en principio, anuncios en relación con los propios programas de esos canales de televisión

No será así si los programas a los que se refieren esos anuncios pueden disociarse de la actividad principal de la cadena de radio y si el organismo de radiodifusión televisiva asume la responsabilidad editorial de dichos programas

Reti Televisive Italiane SpA (RTI) es una sociedad italiana de comunicación audiovisual propietaria de los canales de televisión Canale 5, Italia 1 y Rete 4. En 2017, la Autoridad para la Garantía de las Comunicaciones italiana (AGCOM) sancionó a RTI por infringir la normativa nacional que establece un límite al tiempo de emisión horaria de publicidad televisiva. Para calcular ese tiempo de emisión, la AGCOM tuvo en cuenta los mensajes promocionales sobre la emisora de radio R101 que se emitieron en las cadenas televisivas de titularidad de RTI. Esta emisora de radio, al igual que RTI, forma parte del grupo de sociedades Mediaset. RTI alega que los anuncios referidos a la cadena de radio deberían considerarse anuncios autopromocionales (esto es, anuncios de publicidad de sus propios programas) y, consecuentemente, deberían quedar excluidos del tiempo de emisión horaria de publicidad televisiva.

El Consejo de Estado italiano, ante el que RTI ha recurrido para que se anulen las sanciones, pregunta al Tribunal de Justicia si el concepto de «anuncios realizados por la televisión» en relación con sus propios programas —cuyo tiempo de emisión se excluye del cálculo del 20 % que corresponde a los anuncios de publicidad televisiva— comprende también los anuncios promocionales emitidos por la cadena de televisión en referencia a una cadena de radio cuando ambas pertenecen al mismo grupo de sociedades.¹

Mediante su sentencia, **el Tribunal de Justicia responde en sentido negativo**. Los servicios de radiodifusión radiofónica, consistentes en emisiones de contenido sonoro y sin imágenes, son diferentes de los programas audiovisuales ofrecidos por un organismo de radiodifusión televisiva. Así pues, no están incluidos en el concepto de «programas», salvo que puedan disociarse de la actividad principal de la emisora de radio y puedan calificarse, por consiguiente, de «servicios de comunicación audiovisual». Para que puedan considerarse «programas propios» del organismo de radiodifusión televisiva, ese organismo ha de asumir, además, la **responsabilidad editorial** de aquellos. Esta consiste en el ejercicio de un control efectivo tanto sobre la selección de los programas como sobre su organización por una persona o entidad que tiene la capacidad de decidir, en última instancia, sobre la oferta audiovisual. En la medida en que las normas sobre el tiempo máximo de emisión de publicidad por hora de reloj persiguen objetivos diferentes de los perseguidos por las normas de competencia, el criterio que ha de tenerse cuenta para entender la expresión «propios programas» es el de la responsabilidad editorial de los programas en cuestión, y no el de la pertenencia de los dos organismos de radiodifusión al mismo grupo.

NOTA: La remisión prejudicial permite que los tribunales de los Estados miembros, en el contexto de un litigio del que estén conociendo, interroguen al Tribunal de Justicia acerca de la interpretación del Derecho de la Unión o sobre la validez de un acto de la Unión. El Tribunal de Justicia no resuelve el litigio nacional y es el tribunal nacional quien debe resolver el litigio de conformidad con la decisión del Tribunal de Justicia. Dicha decisión vincula igualmente a los demás tribunales nacionales que conozcan de un problema similar.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula al Tribunal de Justicia.

El [texto íntegro y, en su caso, el resumen de la sentencia](#) se publican en el sitio CURIA el día de su pronunciamiento.

Contactos con la prensa: Cristina López Roca ☎ (+352) 4303 3667.

Tiene a su disposición imágenes del pronunciamiento de la sentencia en «[Europe by Satellite](#)» ☎ (+32) 2 2964106.

¡Siga en contacto con nosotros!



¹ Artículo 23 de la [Directiva 2010/13/UE](#) del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), en su versión aplicable a los hechos y previa a su modificación por la Directiva (UE) 2018/1808: «1. La proporción de anuncios de publicidad televisiva y de anuncios de televenta no excederá del 20 % por hora de reloj. 2. El apartado 1 no se aplicará a los anuncios realizados por el organismo de radiodifusión televisiva en relación con sus propios programas y los productos accesorios directamente derivados de dichos programas, a los anuncios de patrocinio ni al emplazamiento de producto.»