

Lieta C-421/24**Lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu kopsavilkums saskaņā ar Tiesas
Reglamenta 98. panta 1. punktu****Iesniegšanas datums:**

2024. gada 14. jūnijs

Iesniedzējtiesa:*Consiglio di Stato* (Itālija)**Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:**

2024. gada 11. jūnijs

Apelācijas sūdzības iesniedzēja:*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)***Atbildētāja apelācijas instancē:***Google Ireland Limited***Pamatlietas priekšmets**

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Komunikāciju regulatīvā iestāde, Itālija; turpmāk tekstā – “AGCOM”) pārsūdz *Consiglio di Stato* [Valsts padomē, Itālija] *Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio* [Lacio Reģionālās administratīvās tiesas, Itālija; turpmāk tekstā – “TAR Lazio”) spriedumu, ar ko tika apmierināta *Google Ireland* celtā prasība pret lēmumu, ar kuru AGCOM tai bija noteikusi naudas sodu par azartspēļu vietņu reklamēšanu un veicināšanu – darbībām, ar ko tika pārkāpts piemērojamais Itālijas tiesiskais regulējums.

Lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu priekšmets un juridiskais pamats

LESD 267. pants. Direktīvas 2000/31/EK 1. panta 5. punkta un 14. panta interpretācija. It īpaši: mitināšanas pakalpojuma sniedzēju (“hosting provider”) atbildības režīms – Direktīvas 2000/31/EK 14. panta piemērojamība mitināšanas pakalpojuma sniedzējam par darbībām, kas attiecas uz spēļu vai derību ar naudas laimestiem reklamēšanu tiešsaistē, kā arī uz azartspēļu reklamēšanu. Mitināšanas

pakalpojuma sniedzējs, kas ir noslēdzis komerciālās partnerības līgumu ar “satura veidotāju” (“*content creator*”).

Prejudiciālie jautājumi

1) Vai, pamatojoties uz Direktīvas 2000/31/EK 1. panta 5. punktu, šīs direktīvas 14. pantā minētais mitināšanas pakalpojuma sniedzēju atbildības režīms ir piemērojams darbībām, kas attiecas uz spēļu vai derību ar naudas laimestiem reklamēšanu tiešsaistē, kā arī uz azartspēļu reklamēšanu?

Ja Tiesa uz pirmo jautājumu atbild apstiprinoši (proti, uzskatot, ka Direktīva 2000/31/EK ir piemērojama arī mitināšanas pakalpojuma sniedzēju atbildībai par spēļu vai derību ar naudas laimestiem reklamēšanu, kā arī par azartspēļu reklamēšanu), Tiesa tiek lūgta saskaņā ar LESD 267. pantu atbildēt arī uz šādu jautājumu:

2) Vai Direktīvas 2000/31/EK 14. pantā minētais atbildības režīms ir piemērojams tādām mitināšanas pakalpojuma sniedzējiem kā *Google* ar atsauci uz saturiem, ko publicējuši *YouTube* kanālu īpašnieki, ar kuriem *Google* ir noslēgusi iepriekš aprakstīto komerciālās partnerības līgumu?

Atbilstošās Savienības tiesību normas

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2000/31/EK (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību): 16., 21., 42. apsvērums, 1., 14. un 15. pants.

Atbilstošās valsts tiesību normas

Decreto 9 aprile 2003, legislativo n. 70 – Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico [2003. gada 9. aprīļa Leģislatīvais dekrēts Nr. 70, ar ko īsteno Direktīvu 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū]: 1. un 16. pants. It īpaši, pēdējais minētais pants ievieš “atvieglotu” atbildības režīmu mitināšanas pakalpojuma sniedzējiem, kā paredzēts Direktīvas par elektronisko tirdzniecību 14. pantā:

16. pants – (Atbildība par informācijas glabāšanas darbībām – mitināšanas pakalpojuma sniegšana –)

“1. Sniedzot informācijas sabiedrības pakalpojumu, kas sastāv no pakalpojuma saņēmēja sniegtās informācijas glabāšanas, pakalpojuma sniedzējs nav atbildīgs

par informāciju, kas glabāta pēc pakalpojuma saņēmēja pieprasījuma, ar noteikumu, ka:

a) pakalpojuma sniedzējam nav faktisku zināšanu par to, ka darbība vai informācija ir pretiesiska un, saistībā ar prasību par zaudējumu atlīdzināšanu, viņš nezina par faktiem vai apstākļiem, kas liecina par pretiesisku darbību vai informāciju;

b) tiklīdz pakalpojuma sniedzējs iegūst šādas ziņas, tas pēc kompetento iestāžu paziņojuma tūlīt rīkojas, lai izņemtu šādu informāciju vai liegtu tai pieeju.

2. Šā panta 1. punkta noteikumi nav piemērojami, ja pakalpojuma saņēmēja rīcību nosaka vai kontrolē pakalpojuma sniedzējs.

3. Kompetentā tiesu vai administratīvā iestāde var arī steidzamā kārtā pieprasīt, lai pakalpojuma sniedzējs, īstenojot 1. punktā minētās darbības, novērstu vai izbeigtu izdarītos pārkāpumus.

Decreto 12 luglio 2018 legge n. 87 – Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese (2018. gada 12. jūlija Dekrēts Nr. 87 par steidzamu noteikumu ieviešanu attiecībā uz darbinieku un uzņēmumu cieņu; turpmāk tekstā – “Dekrēts par cieņu”): 9. pants. Šajā pantā ir aizliegta jebkāda veida reklāma, arī netiešā reklāma, kas saistīta ar spēlēm vai derībām ar naudas laimestiem, kā arī ar azartspēlēm, lai kā tā tiktu veikta un izmantojot jebkādas līdzekļus, un ievieš administratīvu naudas sodu šā aizlieguma pārkāpšanas gadījumā, kas cita starpā jāmaksā “izplatīšanas līdzekļa vai vietnes īpašniekam” 20 % apmērā no sponsorēšanas vai reklāmas vērtības un katrā ziņā ne mazāk kā 50 000 EUR. Šis pants piešķir AGCOM kompetenci piemērot minētos sodus.

Īss fakts un pamatlīstas izklāsts

- 1 Ar 2022. gada 19. jūlija lēmumu AGCOM noteica *Google Ireland Limited* (turpmāk tekstā – “Google”) naudas sodu 750 000,00 EUR un lika tai izņemt no video kopīgošanas platformas “YouTube” lielu skaitu videoklipu, jo, pārkāpjot Dekrēta par cieņu 9. pantu, tā bija veicinājusi daudzas spēļu tīmekļa vietnes ar naudas laimestiem, izmantojot piecus kanālus, kuri saturēja vairāk nekā 500 vietnē YouTube augšupielādētus videoklipus, kas piederēja “satura veidotājam” (*content creator*) ar nosaukumu “Spike”, ar kuru Google bija parakstījusi komerciālās partnerības līgumu.
- 2 *Google* apstrīdēja AGCOM lēmumu *TAR Lazio*, kas tās prasību apmierināja, atceļot apstrīdēto lēmumu. Attiecīgi, AGCOM vērsās *Consiglio di Stato*, iesniedzējtiesā, lūdzot atcelt *TAR Lazio* spriedumu.

Pamatlietas pušu galvenie argumenti

- 3 *AGCOM* apgalvo, pirmkārt, ka Direktīva 2000/31/EK šajā lietā nav piemērojama, jo no minētās direktīvas darbības jomas ir izslēgtas (1. panta 5. punkts) azartspēļu darbības, kas ietver likmes ar naudas vērtību. Attiecīgi, Dekrēta par cieņu 9. pantā minētais aizliegums ir piemērojams arī mitināšanas pakalpojuma sniedzējam.
- 4 Otrkārt, *AGCOM* apstrīd pārsūdzēto spriedumu daļā, kurā *TAR Lazio* atsaucas uz kādu savu agrāku spriedumu, kas, *AGCOM* ieskatā, nav nozīmīgs, jo attiecās uz reklāmas paziņojumiem, ko *Google* bija publicējusi, izmantojot servisu ar nosaukumu *GoogleAds*, savukārt šajā lietā *Google* ar “satura veidotāju” ir parakstījusi komerciālās partnerības līgumu. Tā apgalvo, ka šādas līgumiskas attiecības veidojas pēc tam, kad *Google*, arī ar personāla palīdzību, ir pārbaudījusi kanāla, kas ir līguma piedāvājuma priekšmets, “tēmu” un izvērtējusi, vai pastāv priekšnoteikumi līguma noslēgšanai. Šāda iepriekšēja pārbaude ļauj *Google* uzzināt kanāla “tematiku” un tādējādi arī izdarīto pārkāpumu.
- 5 *Google* iebilst pret *AGCOM* argumentiem, apgalvojot, ka Direktīva 2000/31/EK ir jāpiemēro šajā lietā, jo tā nav “izplatīšanas līdzekļa īpašnieks” Dekrēta par cieņu izpratnē, tā ir pasīvs mitināšanas pakalpojuma sniedzējs un nezina par apstrīdēto videoklipu – kuru saturi turklāt neesot acīmredzami nelikumīgi – nelikumību.
- 6 Savu secinājumu atbalstam *Google* izvirza šādus argumentus: pirmkārt, priekšnoteikumu neesamība Dekrēta par cieņu piemērošanai, jo, visupirms, nepastāv nedz reklāmas līgums, nedz atlīdzība par strīdīgajos kanālos pārraidīto “reklāmu”, un saistītajiem reklāmas paziņojumiem nav nekādas saiknes ar strīdīgo videoklipu priekšmetu, tie neattiecas uz spēļu un derību darbībām un tos neapstrīd *AGCOM*; turklāt ar “satura veidotāju” nepastāv līgums *ad personam*, jo pievienošanās partnerības līgumam notiek, lietotājam piekrītot *Google* vienpusēji sagatavotam pievienošanās līgumam; *Google* nezina par reklāmas līgumu pastāvēšanu starp *Spike* un azartspēļu tīmekļa vietnēm; nelikumīgie videoklipi nebagātina *Google*, bet gan tai kaitē; pievienošanās *YouTube* partnerības programmai nepalielina “satura veidotāja” – kurš vienīgais ir par to atbildīgs – videoklipu izplatību; visbeidzot, *Google* nav apzināti vai brīvprātīgi piedalījusies apstrīdētajā nelikumīgajā rīcībā, jo ir izdarījusi visu iespējamo, lai nepieļautu azartspēļu reklāmas paziņojumu izplatību, un ir izņēmusi strīdīgos videoklipus, tiklīdz no *AGCOM* bija saņemts paziņojums par to iespējamo nelikumību.
- 7 Otrkārt, *Google* norāda uz apstrīdēto videoklipu reklāmas rakstura neesamību, jo tie saturot tikai informatīvas ziņas par azartspēlēm.
- 8 Treškārt, *Google* norāda uz uzraudzības un vārda brīvības ierobežošanas pienākuma neesamību, jo tai kā mitināšanas pakalpojuma sniedzējai nav nekāda pienākuma pārbaudīt videoklipu saturus; tās ieskatā apstrīdētais lēmums uzliek cenzūru un ierobežo lietotāju vārda brīvību un pakalpojumu sniegšanas brīvību no *Google* puses.

- 9 Ceturtkārt, *Google* pakārtoti norāda uz Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas (ES) 2015/1535 (2015. gada 9. septembris), ar ko nosaka informācijas sniegšanas kārtību tehnisko noteikumu un Informācijas sabiedrības pakalpojumu noteikumu jomā, pārkāpumu. Tās ieskatā Dekrēts par cieņu nebūtu jāpiemēro, jo tas ir pretrunā Direktīvas 2000/31/EK 14. un 15. pantam, ievērojot Eiropas tiesību pārākumu pār valsts tiesībām, kā arī tā nepaziņošanas Komisijai Direktīvas 2015/1535 izpratnē dēļ.
- 10 Visbeidzot *Google*, pakārtotāk, apstrīd soda apmēru, jo tas ir nesamērīgs un nav sasaistīts no likumā paredzētajiem noteikšanas kritērijiem.

Īss lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu motīvu izklāsts

- 11 Attiecībā uz pirmo prejudiciālo jautājumu iesniedzējtiesa visupirms norāda, ka Itālijas tiesiskais regulējums tika ieviests nolūkā cīnīties pret azartspēļu radītu atkarību (ludopātiju), uzskatot šo mērķi par īpaši nozīmīgas intereses mērķi, ko ir vērts aizsargāt ne tikai valsts likumdevējam, bet arī Savienības tiesībās, kā pierāda Eiropas Komisijas 2014. gada 14. jūlija Ieteikums 2014/478/ES par principiem, ko piemēro, lai aizsargātu tiešsaistes azartspēļu pakalpojumu patērētājus un spēlētājus un novērstu nepilngadīgo iesaistīšanos tiešsaistes azartspēlēs.
- 12 Nolūkā noteikt šā jautājuma nozīmību iesniedzējtiesa norāda, ka apstrīdētie video šķiet piemēroti azartspēļu un tīmekļa vietņu, kur var spēlēt uz naudu, reklamēšanai, arī ņemot vērā, ka minētajos video lietotājam *Spike* mugurā ir skatītājiem labi redzams krekliņš ar savas tīmekļa vietnes norādi.
- 13 Tā turklāt atgādina, ka kādā agrākā nolēmumā ir atzinusi, ka Direktīvas 2000/31 14. pants nav piemērojams tiešsaistes azartspēļu reklamēšanai, bet ka minētais precedents atšķiras no tagadējās lietas, jo tajā lietā *Google* bija kvalificējama kā aktīva mitināšanas pakalpojuma sniedzēja, kas atļāva katrā ziņā izslēgt Direktīvas 2000/31/EK 14. panta piemērošanu.
- 14 Lai konstatētu *Google* atbildību šajā lietā, iesniedzējtiesai ir jānosaka, vai var būt piemērojama Direktīva 2000/31/EK un it īpaši tās 14. pants, kas paredz “atvieglotu” vai “priviliģētu” atbildības režīmu mitināšanas pakalpojuma sniedzējiem.
- 15 Tā kā tas ir jautājums par Savienības tiesību interpretāciju, par ko Tiesas judikatūrā nav spriedumu precedentu, iesniedzējtiesa uzskata, ka ir iestājušies priekšnoteikumi jautājuma uzdošanai Tiesai saskaņā ar LESD 267. pantu.
- 16 Attiecībā uz jautājuma būtību iesniedzējtiesa norāda, ka, no vienas puses, *Google* izvirzītās tēzes par Direktīvas 2000/31 14. panta piemērojamību atbalstam no minētās direktīvas 1. panta 5. punkta d) apakšpunkta formulējuma, kas attiecas uz azartspēļu “darbībām”, nevis uz konkrētu jomu, kā “nodokļu aplikšanas jomas” gadījumā, izriet, ka tajā paredzētā izslēgšana neattiecas uz mitināšanas

pakalpojuma sniedzēju atbildības režīmu, bet attiecas tikai uz azartspēļu pakalpojumu sniedzējiem.

- 17 Minēto tēzi atbalstot arī fragments no Eiropas Komisijas dokumenta, kas pievienots “Komisijas Paziņojumam Eiropas Parlamentam “Ceļā uz visaptverošu Eiropas regulējumu tiešsaistes azartspēlēm””, kurā ar atsauci uz Direktīvu 2000/31 tiek apgalvots, ka “[w]hile Article 1 (5)(d) excludes gambling activities which involve wagering a stake with monetary value in games of chance, including lotteries and betting transactions from the scope of the directive the liability regime for information society service providers hosting or transmitting illegal content, Articles 12 to 15 of the Directive, also applies to gambling-related content”.
- 18 Turklāt Regulā (ES) 2022/2065, kuras 6. pants aizstāj Direktīvas 2000/31/EK 14. pantu, azartspēles nav pieminētas, un tāpēc, kaut arī minētais akts nav piemērojams *ratione temporis* šai lietai, tā būtu jāņem vērā Direktīvas 2000/31/EK interpretācijā.
- 19 No otras puses, Direktīvas 2000/31/EK 14. panta nepiemērojamību atbalstot tās pašas direktīvas 21. apsvēruma otrais teikums [pirmā teikuma otrā daļa LV redakcijā], kas paredz, ka “koordinētā joma ietver tikai prasības attiecībā uz tiešsaistes darbībām, tādām kā tiešsaistes informācija, tiešsaistes reklamēšana, tiešsaistes pirkšana, tiešsaistes līgumu slēgšana [...]”. Tāpēc arī “tiešsaistes reklamēšana” tiek uzskatīta par “tiešsaistes darbību” un, tā kā Eiropas likumdevējs ir izslēdzis no direktīvas piemērošanas jomas “informācijas sabiedrības pakalpojumu darbīb[as]” attiecībā uz “azartspēļu darbībām, kas ietver likmes ar naudas vērtību, tostarp izlozes un derības”, ir jāuzskata, ka ir bijis nodoms izslēgt visas ar šo jomu saistītās darbības, ieskaitot to reklamēšanu tiešsaistē.
- 20 Iesniedzējtiesa precizē, ka tad, ja Tiesa uzskatīs, ka Direktīvas 2000/31/EK 14. pants nav piemērojams mitināšanas pakalpojuma sniedzēju atbildībai par spēļu vai derību ar naudas laimestiem reklamēšanai, kā arī azartspēļu reklamēšanai, tai būs jāidentificē mitināšanas pakalpojuma sniedzējam piemērojamais atbildības režīms, pamatojoties uz Savienības un valstu vispārīgajām tiesību normām un principiem, kas piemērojami administratīvo pārkāpumu un sodu jomā. Tāpēc tā norāda, ka Direktīvas 2000/31/EK 14. pantā minētā atbildības režīma iespējamā izslēgšana neizraisa mitināšanas pakalpojuma sniedzējam objektīvu atbildību vai, katrā ziņā, “neierobežotu” atbildību par katru saturu, ko trešās personas publicējušas platformā, bet ir jāidentificē no mitināšanas pakalpojuma sniedzēja attiecīgajā nozarē prasītais rūpības standarts.
- 21 Attiecībā uz otro prejudiciālo jautājumu, kas uzdots gadījumam, ja Tiesa uz pirmo jautājumu atbildētu apstiprinoši, iesniedzējtiesa norāda visupirms, ka Direktīvas 2000/31 14. pantā ir paredzēta atkāpe no mitināšanas pakalpojuma sniedzēju parastajiem atbildības režīmiem ar nosacījumu, ka pakalpojumu sniedzējs patiešām nezina faktu, ka darbība vai informācija ir nelikumīga, un

uzreiz pēc faktu uzzināšanas pēc paziņojuma kompetentajām iestādēm tas rīkojas, lai informāciju izņemtu.

- 22 Iesniedzējtiesa norāda, ka šāds atvieglots atbildības režīms ir jāpiemēro tikai pasīvajam mitināšanas pakalpojuma sniedzējam, nevis arī aktīvajam mitināšanas pakalpojuma sniedzējam. Šajā sakarā iesniedzējtiesa citē Tiesas judikatūru, kas ir atzinusi, ka “no Direktīvas 2000/31 preambulas 42. apsvēruma izriet, ka šajā direktīvā paredzētās atkāpes atbildības jomā attiecas tikai uz tiem gadījumiem, kad informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzēja darbībai ir “tikai tehnisks, automātisks un pasīvs raksturs”, kas nozīmē, ka šis pakalpojumu sniedzējs “nedz zina, nedz kontrolē pārraidīto vai uzglabāto informāciju”” (spriedumi, 2010. gada 23. marts, *Google France un Google*, no C-236/08 līdz C-238/08, EU:C:2010:159, 113. punkts; 2011. gada 12. jūlijs, *L’Oréal u.c.*, C-324/09, EU:C:2011:474, 113. punkts; 2018. gada 7. augusts, *SNB-REACT*, C-521/17, EU:C:2018:639, 47. punkts; 2021. gada 22. jūnijs, *YouTube*, C-682/18 un C-683/18, EU:C:2021:503, 115. un 116. punkts). Tā turklāt uzsver, ka Tiesas judikatūra šajā nolūkā piešķir nozīmīgu lomu arī iespējamai darbībai, ko veic interneta piekļuves sniedzēji, optimizējot pārdošanu tiešsaistē saviem klientiem, kad tiek apgalvots, ka “tas vien, ka interneta tirdzniecības vietas operators uz sava servera glabā pārdošanas piedāvājumus, nosaka sava pakalpojuma nosacījumus, saņem par to atlīdzību un saviem klientiem sniedz vispārīga rakstura informāciju, tam nevar liegt Direktīvā 2000/31 paredzētās atkāpes atbildības jomā” un ka “savukārt tad, ja šis operators sniedz palīdzību, kura ietver pārdošanas piedāvājumu pasniegšanas optimizāciju vai šo piedāvājumu reklamēšanu, jāuzskata, ka tam nav bijusi neitrāla pozīcija starp attiecīgo klientu pārdevēju un potenciālajiem pircējiem, bet gan bijusi aktīva loma, kas tam ļauj zināt par uzglabāto informāciju vai kontrolēt to. Tādējādi tas attiecībā uz šo informāciju nevar atsaukties uz Direktīvas 2000/31 14. pantā paredzēto atkāpi atbildības jomā” (spriedumi, 2011. gada 12. jūlijs, *L’Oréal u.c.*, C-324/09, EU:C:2011:474, 115. un 116. punkts, un 2018. gada 7. augusts, *SNB-REACT*, C-521/17, EU:C:2018:639, 48. punkts).
- 23 Šāda Tiesas ievirze ir pārņemta Eiropas Komisijas 2017. gada 28. septembra Paziņojumā COM (2017) 555 “Cīņa pret nelikumīgu saturu tiešsaistē. Tiešsaistes platformu atbildības kāpināšana”.
- 24 Konkrēti, iesniedzējtiesa vēlas zināt, vai Direktīvas 2000/31 14. pants ir jāpiemēro arī tādām operatoram kā *Google* gadījumā, kad tas ar *YouTube* kanālu “satura veidotāju” noslēdz “komerciālās partnerības” līgumu. Šajā nolūkā tā šādi apraksta minētās “partnerības” darbību, kā izriet no lietas materiāliem.
- 25 “Komerciālās partnerības” līgumu paraksta *Google* un “satura veidotājs” – *YouTube* kanāla īpašnieks pēc viņa iesniegta pieteikuma, kam seko *Google* veikta pārbaude par to, vai “satura veidotājs” ir ievērojis noteiktas prasības. Pārbaudot kanāla saturus, *Google* pārbauda arī to, vai “satura veidotājs” ir ievērojis tiesību normas.
- Tīmekļa adresē <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=lv> ir lasāms: “Mūsu

pārskatītāji pārbaudīs jūsu kanāla un satura atbilstību mūsu politikām. Tā kā mūsu pārskatītāji nevar pārbaudīt visus videoklipus, visticamāk, viņi pievērsīs īpašu uzmanību tālāk norādītajiem kanāla aspektiem: Galvenā tēma, Skatītākie videoklipi, Jaunākie videoklipi, Skatīšanās laika lielākā proporcija, Videoklipu metadati (tostarp nosaukumi, sīktēli un apraksti), Kanāla sadaļa “Par”. Minēto pārbaudi *Google* veic apmēram 30 dienās un tā varētu ietvert cilvēka veiktu pārbaudi, nekādā ziņā neveicot katra kanālā ievietotā atsevišķā videoklipa pilnīgu kontroli.

- 26 Pēc komerclīguma parakstīšanas “satura veidotājs” iegūst statusu “Pārbaudīts partneris” un līdz ar to saņem daļu no *Google* ieņēmumiem, kas tiek saņemti no reklāmas, kura tiek pārraidīta pirms katra videoklipa noskatīšanās.
- 27 Līdz ar pievienošanos *Google* monetizācijas procedūrai [satura] veidotājam ir arī iespēja atļaut lietotājiem abonēt savu kanālu, maksu par kuru iekasē tieši *Google*, un lietotājs no šī abonementa gūst priekšrocības, kas diferencētas atkarībā no izvēlēta abonementa veida.
- 28 Iesniedzējtiesa vēl norāda, ka kādā agrākā lietā tieši par *Google* darbību caur *YouTube* platformu (lietā, kas skar autortiesību pārkāpumus) Tiesa ir atzinusi, ka, lai noteiktu mitināšanas pakalpojuma sniedzēja aktīvo raksturu, valsts tiesai ir jāpārbauda, vai *YouTube* “papildus vienkāršai [savas] platformas nodrošināšanai sniedz sabiedrībai piekļuvi šādam [aizsargātam] saturam, tādējādi pārkāpjot autortiesības” (spriedums, 2021. gada 22. jūnijs, *YouTube*, C-682/18 un C-683/18, EU:C:2021:503, 107. un 108. punkts).
- 29 Ar šādu premisu iesniedzējtiesa uzskata, ka pastāv norādes uzskatīt, ka *Google* veic turpmāku darbību, nevis tikai “vienkāršu savas platformas nodrošināšanu”, jo īsteno komerciālas partnerības līgumu ar *YouTube* kanāla īpašnieku pēc kanāla saturu pārbaudes, iekasē no lietotājiem kanāla abonēšanas maksu, dalās ar kanāla īpašnieku peļņā, kas gūta no *YouTube* kanālā izvietotās reklāmas, tādējādi mudinot pašu īpašnieku palielināt sava kanāla skatīšanās reižu skaitu.
- 30 Šādas darbības turklāt tiek veiktas papildus *Google* parasti veiktajām darbībām – kuras mērķis ir palielināt saturu skatīšanās reižu skaitu un tātad arī peļņu – veikt saturu indeksāciju un lietotāju profilēšanu, kuras, kaut arī pašas par sevi ir saderīgas ar mitināšanas pakalpojuma sniedzēja “pasīvo” raksturu (spriedums, 2021. gada 22. jūnijs, *YouTube*, C-682/18 un C-683/18, EU:C:2021:503, 114. punkts), iesniedzējtiesas ieskatā iegūst nozīmīgumu, ja tiek pievienotas platformas turpmākām darbībām.
- 31 Iesniedzējtiesa uzskata, ka šajā lietā *Google* darbība nav ierobežota “līdz darbības tehniskajam procesam un pieejas sniegšanai komunikāciju tīklam, pa kuru trešo personu informācija tiek pārraidīta vai uz laiku uzglabāta ar nolūku vienīgi padarīt pārraidīšanu efektīvāku” (Direktīvas 2000/31/EK 42. apsvērums). Darbību kopums, ko *Google* veic komerciālās partnerības ietvaros, uzsver tās lomu, kas nav tikai “neitrāla” vai “pasīva”.

- 32 Tāpēc iesniedzējtiesas ieskatā šajā lietā *Google* būtu kvalificējama kā aktīvs mitināšanas pakalpojuma sniedzējs, tāpēc Direktīvas 2000/31/EK 14. pantā minētais atbildības režīms nebūtu piemērojams.
- 33 Visbeidzot, iesniedzējtiesa precizē, ka tad, ja Tiesa secinās to pašu, iesniedzējtiesai būs jākonstatē *Google* iespējamā atbildība par administratīvo pārkāpumu, kas tai tiek pārmests, identificējot mitināšanas pakalpojuma sniedzējam šajā lietā piemērojamo atbildības režīmu.

DARBA VERSIJA