

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Korkein hallinto-oikeus (Finlandia) w dniu 1 lipca 2014 r. – Sanoma Media Finland Oy/Nelonen Media, Helsinki

(Sprawa C-314/14)

(2014/C 292/25)

Język postępowania: fiński

Sąd odsyłający

Korkein hallinto-oikeus

Strony w postępowaniu głównym

Strona skarżąca: Sanoma Media Finland Oy/Nelonen Media, Helsinki

Strona pozwana: Viestintävirasto

Pytania prejudycjalne

1. Czy w okolicznościach tego rodzaju, jakie miały miejsce w postępowaniu głównym art. 19 ust. 1 dyrektywy 2010/13/UE ⁽¹⁾ należy interpretować w ten sposób, że stoi on na przeszkodzie wykładni przepisów krajowych, wedle których podzielenie ekranu nie jest uważane za przerwę reklamową oddzielającą przekaz audiowizualny od reklamy telewizyjnej, gdy część ekranu jest zarezerwowana dla napisów końcowych przekazu, a pozostała część jest zarezerwowana dla przedstawienia dalszych audycji w kanale danego nadawcy poprzez tablicę z programem i ani w czasie wyświetlania podzielonego ekranu, ani w późniejszym czasie nie jest emitowany dźwięk lub obraz w sposób wyraźny wskazujący na początek przerwy reklamowej?
2. Czy w okolicznościach tego rodzaju, jakie miały miejsce w postępowaniu głównym, przy uwzględnieniu okoliczności, że dyrektywa 2010/13 ma charakter regulacji ustanawiającej obowiązki minimalne, art. 23 ust. 2 owej dyrektywy należy interpretować w ten sposób, że nie jest z nim zgodne zakwalifikowanie oznaczeń sponsorów emitowanych w związku z innymi przekazami, niż przekazy sponsorowane, jako „spoty reklamowe” w rozumieniu art. 23 ust. 1 dyrektywy, które należy wliczyć do limitu czasu reklamowego?
3. Czy w okolicznościach tego rodzaju, jakie miały miejsce w postępowaniu głównym, przy uwzględnieniu okoliczności, że dyrektywa 2010/13 ma charakter regulacji ustanawiającej obowiązki minimalne pojęcie „spotów reklamowych” zawarte w art. 23 ust. 1 owej dyrektywy w związku ze sformułowaniem opisującym limit czasu reklamowego „czas nadawania [...] nie może w danej godzinie zegarowej przekraczać 20 %” należy interpretować w ten sposób, że nie jest z nim zgodne wliczanie do czasu reklamowego „czarnych sekund” pomiędzy poszczególnymi spotami reklamowymi i na końcu przerwy reklamowej?

⁽¹⁾ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych), Dz.U. L 95, s. 1.

Skarga wniesiona w dniu 7 lipca 2014 r. – Komisja Europejska przeciwko Republice Finlandii

(Sprawa C-329/14)

(2014/C 292/26)

Język postępowania: fiński

Strony

Strona skarżąca: Komisja Europejska (przedstawiciele: P. Hetsch, K. Herrmann i I. Koskinen)

Strona pozwana: Republika Finlandii