



Datum van inontvangstneming : 04/08/2021

Zaak C-255/21

Samenvatting van het verzoek om een prejudiciële beslissing overeenkomstig artikel 98, lid 1, van het Reglement voor de procesvoering van het Hof van Justitie

Datum van indiening:

21 april 2021

Verwijzende rechter:

Consiglio di Stato (Italië)

Datum van de verwijzingsbeslissing:

25 maart 2021

Verzoekende partij:

Reti Televisive Italiane SpA (RTI)

Verwerende partij:

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - AGCOM

Voorwerp van de procedure in het hoofdgeding

Gevoegde beroepen die zijn ingesteld bij de Consiglio di Stato (hoogste bestuursrechter, Italië) tegen drie vonnissen van de Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (bestuursrechter in eerste aanleg, Latium, Italië; hierna: „TAR Lazio”) betreffende drie besluiten van de Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (toezichthoudende autoriteit voor de communicatiesector, Italië; hierna: „AGCOM”) waarbij aan Reti Televisive Italiane SpA (hierna: „RTI”) een sanctie is opgelegd wegens de niet-inachtneming van de maximumzendtijd voor reclame per klokuur.

Voorwerp en rechtsgrondslag van de prejudiciële verwijzing

Verenigbaarheid van de Italiaanse regeling inzake de maximumzendtijd voor reclame met artikel 23 van richtlijn 2010/13/EU, mede gelet op overweging 43 van richtlijn 2018/1808/EU en de bewoordingen van artikel 23 van richtlijn

2010/13/EU, zoals gewijzigd bij richtlijn 2018/1808/EU, en de uitlegging van die bepalingen van mededingingsrecht.

Prejudiciële vragen

De verwijzende rechter legt het Hof van Justitie van de Europese Unie de volgende vragen voor:

„a) Kan – met het oog op de communautaire regeling inzake de maximumzendtijd voor reclame, gezien het algemene belang voor het [Unie]recht van het begrip ‚groep’ of ‚één economische eenheid’ dat uit meerdere bronnen van mededingingsrecht kan worden afgeleid (maar voor zover relevant voor de onderhavige zaak, uit overweging 43 van richtlijn 2018/1808/EU en uit de bewoordingen van het gewijzigde artikel 23 van richtlijn 2010/13[EU]), onverminderd het verschil in het Italiaanse recht tussen vergunningen voor televisie- en radio-omroeporganisaties waarin artikel 5, lid 1, onder b), van wetsbesluit 177/[2005] voorziet – een uitlegging van de nationale omroepwet volgens welke uit artikel 1, lid 1, onder a), van wetsbesluit 177/[2005], in de huidige gewijzigde versie die geldt sinds 30 maart 2010 (ter uitvoering van richtlijn 2007/65/EG), volgt dat het proces van convergentie van verschillende vormen van communicatie (elektronische communicatie, publicatie, ook online, en alle toepassingen van internet) a fortiori geldt onder aanbieders van televisie- en radiodiensten, met name indien zij reeds deel uitmaken van onderling verbonden ondernemingsgroepen, worden geacht in overeenstemming te zijn met het Unierecht en algemene gelding te hebben, wat vervolgens een zodanige weerslag heeft op de uitlegging van artikel 38, lid 6, van het genoemde [wetsbesluit] dat de omroeporganisatie ook de groep kan zijn, als één economische eenheid? Of staan de genoemde communautaire beginselen, aangezien de regeling inzake de maximumzendtijd voor reclame losstaat van het algemene mededingingsrecht, daarentegen eraan in de weg dat – vóór 2018 – belang wordt toegekend aan groepen en aan het voornoemde proces van convergentie en van zogeheten crossmedialiteit, en moet voor de berekening van de maximumzendtijd voor reclame uitsluitend de afzonderlijke omroeporganisatie in aanmerking worden genomen, ook al is zij verbonden aan een groep (en wel omdat dat belang uitsluitend is vermeld in de geconsolideerde tekst van artikel 23 van richtlijn 2010/13[EU] na bij richtlijn 2018/1808/EU te zijn gewijzigd)?

b) Kan, in het licht van de genoemde beginselen van Unierecht op het gebied van groepen en de onderneming als economische eenheid, met het oog op de maximumzendtijd voor reclame en de vermelde opeenvolgende versies van het genoemde artikel 23, onverminderd het voornoemde verschil tussen vergunningen, ook uit de mededingingsrechtelijke regeling van het [geïntegreerde communicatiesysteem] als bedoeld in artikel 43 van wetsbesluit 177/[2005] worden afgeleid dat het begrip groepsgewijze ‚aanbieder van mediadiensten’ (of in de woorden van verzoekster: ‚mediagroep’) relevant is om crossmediale promotieboodschappen binnen de groep te kunnen uitsluiten van de

maximumzendtijd als bedoeld in artikel 38, lid 6, van wetsbesluit [177/2005], of moet dit begrip worden geacht vóór 2018 niet relevant te zijn omdat het mededingingsrecht betreffende televisierechten losstaat van de regeling inzake de maximumzendtijd voor reclame?

c) Wordt in de gewijzigde bewoordingen van artikel 23, lid 2, onder a), van richtlijn 2010/13/EU een reeds bestaand beginsel van mededingingsrecht betreffende de algemene relevantie van groepen erkend, of levert de nieuwe tekst een novum op? Wordt in deze bepaling in het eerste geval dus een reeds in het Unierecht besloten juridische werkelijkheid beschreven – die dus ook geldt voor de onderhavige zaak, die dateert van vóór de inwerkingtreding van de nieuwe tekst, en van invloed is op de uitleggingen van de [nationale regelgevende autoriteit] zodat deze het begrip groepswijze ‘aanbieder van mediadiensten’ hoe dan ook dient te erkennen, of staat deze bepaling in het tweede geval eraan in de weg dat de relevantie van ondernemingsgroepen wordt erkend in zaken die dateren van vóór de invoering daarvan, omdat zij, aangezien zij een novum behelst, ratione temporis niet van toepassing is op situaties die zich vóór de invoering daarvan hebben voorgedaan?

d) Moet in elk geval en ongeacht het vergunningsstelsel van artikel 5 van wetsbesluit 177/2005 en de nieuwe versie van artikel 23 die in 2018 is ingevoerd, dat wil zeggen indien de nieuwe bepaling geen erkenning maar een novum behelst als bedoeld in de vraag onder c), de maximumzendtijd voor reclame – die hoe dan ook impliciet is gereguleerd met betrekking tot ondernemingsgroepen (of meer bepaald, de zeggenschapsverhoudingen tussen ondernemingsgroepen) en de functionele eenheid van dergelijke ondernemingen, opdat de promotie binnen de groep van televisieprogramma’s via de radio of andersom [ontbrekende passage] – worden uitgelegd in het licht van de betrekkingen van de integratie van radio en televisie die in het algemeen in het mededingingsrecht in aanmerking worden genomen, voor de algemene en transversale gelding van de begrippen ‘economische entiteit’ en ‘groep’, indien deze integratiebetrekkingen niet relevant zijn voor de vaststelling van de maximumzendtijd voor reclame, en moet bijgevolg worden aangenomen dat programma’s in artikel 23 (oorspronkelijke tekst) bedoelde ‘eigen’ programma’s zijn voor zover zij toebehoren aan de omroeporganisatie die ze aanprijst en niet aan de ondernemingsgroep in zijn geheel, aangezien deze bepaling op zichzelf staat en geen systematische uitlegging toelaat op grond waarvan zij van toepassing is op groepen die als één economische eenheid worden opgevat?

e) Moet tot slot artikel 23, in de oorspronkelijke bewoordingen, indien deze bepaling niet kan worden uitgelegd als een norm die in het licht van het mededingingsrecht moet worden gelezen, hoe dan ook worden uitgelegd als een stimulerende bepaling die de bijzondere eigenschap van zelfpromotie beschrijft, namelijk dat zij uitsluitend ter informatie dient en niet ertoe strekt personen ervan te overtuigen andere goederen en diensten te verwerven dan de aangeprezen programma’s, en als zodanig moet worden geacht buiten de werkingssfeer van de bepalingen inzake de maximumzendtijd te vallen, en bijgevolg, uitsluitend met

betrekking tot de ondernemingen die deel uitmaken van dezelfde groep, in elk geval van toepassing te zijn op geïntegreerde crossmediale promotie? Of moet dit artikel worden aangemerkt als een bepaling die bij wijze van uitzondering afwijkt van de regel inzake de berekening van de maximumzendtijd voor reclame, en als zodanig restrictief worden uitgelegd?

Aangevoerde bepalingen van Unierecht

Artikel 23 van richtlijn 2010/13/EU: zowel in de oorspronkelijke versie als in de bij richtlijn 2018/1808/EU gewijzigde versie

Overweging 43 van richtlijn 2018/1808/EU

Aangevoerde bepalingen van nationaal recht

Decreto legislativo n. 177 – Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (wetsbesluit nr. 177 houdende de gecoördineerde voorschriften betreffende audiovisuele en radio-mediadiensten) van 31 juli 2005 (hierna: „wetsbesluit nr. 177/2005” of „TUSMAR”). In het bijzonder:

Artikel 5 geeft een overzicht van de beginselen waaraan het stelsel van audiovisuele en radio-mediadiensten moet voldoen, te weten: a) waarborgen van mededinging in het stelsel van audiovisuele en radio-mediadiensten en van de massamedia en in de reclamemarkt, en waarborgen van het pluralisme van de omroepmedia, door met het oog daarop de vorming of instandhouding van posities die schadelijk zijn voor het pluralisme, te verbieden; b) voorzien in verschillende vergunningen voor de verrichting van activiteiten als netwerkexploitant of omroeporganisatie of aanbieder van audiovisuele mediadiensten op aanvraag of digitale radiozender of aanbieder van daarmee geassocieerde interactieve diensten, door een vergunningstelsel tot stand te brengen.

Artikel 38, lid 2, bepaalt dat de zendtijd voor TV-reclamespots, die worden uitgezonden door vrij toegankelijke zenders op nationaal niveau, met inbegrip van analoge vrij toegankelijke zenders, andere dan de zendgemachtigde voor de algemene publieke omroep, niet meer mag bedragen dan 15 % van de dagelijkse zendtijd en 18 % van elk afzonderlijk klokuur, en een eventuele overschrijding, die per uur niet meer dan 2 % mag bedragen, moet worden gecompenseerd in het voorafgaande of daaraanvolgende uur.

Artikel 38, lid 6, bepaalt dat het voornoemde lid 2 niet van toepassing is op boodschappen van – ook analoge – omroeporganisaties in verband met hun eigen programma's en rechtstreeks daarvan afgeleide ondersteunende producten, sponsorboodschappen en productplaatsing.

Artikel 52 TUSMAR voorziet in sancties voor de schending van artikel 38 daarvan.

Korte uiteenzetting van de feiten en van de procedure

- 1 Bij drie afzonderlijke besluiten met een vergelijkbare inhoud, waarvan op 28 september 2017 kennis is gegeven, heeft de AGCOM RTI (verzoekster) sancties opgelegd wegens overschrijding van de in artikel 38, lid 2, van wetsbesluit nr. 177/2005 vastgestelde maximumzendtijd voor reclame per klokuur. De drie besluiten hadden betrekking op drie zenders van RTI, te weten „Canale 5”, „Italia 1” en „Rete 4”.
- 2 Bij de berekening van die maximumzendtijd heeft de AGCOM bij de reclamespots namelijk ook de boodschappen inbegrepen die de drie zenders hebben uitgezonden voor de promotie van de radiozender R101, die eigendom is van de vennootschap Monradio s.r.l., waarvan 80 % van het maatschappelijk kapitaal in handen is van RTI en de overige 20 % in handen van A. Mondadori Editore SpA. Deze laatste twee vennootschappen maken deel uit van eenzelfde ondernemingsgroep.
- 3 RTI heeft tegen de drie voornoemde besluiten drie afzonderlijke, doch inhoudelijk identieke beroepen ingesteld bij de TAR Lazio, die de drie beroepen evenwel heeft verworpen. RTI heeft bijgevolg bij de verwijzende rechter hoger beroep ingesteld.

Voornaamste argumenten van de partijen in het hoofdgeding

- 4 Volgens verzoekster werden met de door haar drie zenders uitgezonden boodschappen programma's van R101 gepresenteerd, en hadden die boodschappen derhalve moeten worden aangemerkt als zelfpromotieboodschappen, die bij de berekening van de maximumzendtijd voor reclame per klokuur als bedoeld in artikel 38, lid 6, TUSMAR niet in aanmerking kunnen worden genomen.
- 5 Verzoekster wijst erop dat het feit dat R101 eigendom is van een andere vennootschap dan zijzelf niet relevant is, aangezien beide vennootschappen deel uitmaken van dezelfde ondernemingsgroep. De beslissende factor is de economische eenheid van de mediagroep, en niet de pluraliteit van rechtspersonen. Het fenomeen dat mediabedrijven (tv, radio, internet) ook in de vorm van ondernemingsgroepen worden geëxploiteerd is een evident gevolg van de digitalisering, en „groepsgewijze” zelfpromotie is een wijdverbreide praktijk op de radio- en televisiemarkt.
- 6 Ondanks dat de AGCOM heeft erkend dat het subjectieve element van verantwoordelijkheid van RTI ontbreekt, heeft zij deze vennootschap gelast de gestelde overtredingen te staken, en daarbij met name aangevoerd dat: 1) radio-omroepen en televisieomroepen, die in de onderhavige zaak eigendom zijn van verschillende rechtspersonen, in de TUSMAR verschillend zijn gereguleerd, ook met verschillende vergunningen, en de entiteit die de redactionele verantwoordelijkheid draagt voor de inhoud die het voorwerp van zelfpromotie is,

bijgevolg niet dezelfde entiteit is als de verantwoordelijke van de omroeporganisatie die de betrokken boodschap uitzendt; 2) artikel 38, lid 6, TUSMAR uitsluitend betrekking heeft op televisieomroeporganisaties, zoals blijkt uit artikel 2 daarvan, waarin onderscheid wordt gemaakt tussen radio- en televisieomroeporganisaties, en zelfpromotie alleen wordt genoemd in verband met boodschappen van de omroeporganisatie betreffende haar eigen programma's; 3) artikel 2, lid 2, onder b), TUSMAR van het begrip „aanbieders van audiovisuele mediadiensten” rechtssubjecten uitsluit die zich, zoals in de onderhavige zaak, uitsluitend bezighouden met het uitzenden van programma's, waarvoor de redactionele verantwoordelijkheid bij derden berust; 4) de nationale wetgever in de gevallen waarin hij belang heeft willen toekennen aan het fenomeen ondernemingsgroep, daartoe uitdrukkelijk een bepaling heeft vastgesteld, waarvan in de onderhavige zaak geen sprake is geweest.

- 7 Bij de TAR Lazio heeft RTI aangevoerd dat het door het Hof van Justitie van de Europese Unie ontwikkelde beginsel „in dubio pro libertate” zowel op de Europese bron (artikel 23 van richtlijn 2010/13/EU) als op de nationale bron (artikel 38 TUSMAR) moet worden toegepast, en dat indien de bron van nationaal recht voorziet in strengere normen die beperkingen stellen aan de vrijheid van het verrichten van televisieomroepdiensten, deze normen in de meest gunstige zin moeten worden uitgelegd. De zelfpromotieboodschappen ten gunste van de radiozender R101 zouden bij de berekening van de maximumzendtijd dus niet in aanmerking moeten worden genomen.
- 8 RTI heeft daaraan toegevoegd dat de benadering van de AGCOM – die als uitgangspunt heeft dat er sprake is van verschillende vennootschappen, RTI als eigenaar van de televisiezenders, en Monradio s.r.l. als eigenaar van de radiozenders, ook al bestaan er tussen hen zeggenschapsbanden – volgens welke de boodschappen niet als zelfpromotie kunnen worden gekwalificeerd, in strijd is met de systematische benadering in artikel 1, lid 2, TUSMAR, die ertoe strekt alle activiteiten van het aanbieden van inhoud aan het publiek, ongeacht het gebruikte medium en op wijze waarop, op dezelfde wijze te reglementeren: volgens RTI is de „crossmediale” zelfpromotie, middels televisie- en radiodiensten en via internet, inmiddels namelijk een wijdverbreide praktijk, ongeacht de verschillende vergunningen.
- 9 Tot slot heeft RTI aangevoerd dat de televisie- en radioprogrammering van RTI en haar dochterondernemingen het resultaat is van uniforme en gecoördineerde keuzes, en dat zij één mediagroep vormen, waaraan zowel de zelfpromotieboodschappen als de programma's waarop zij betrekking hebben kunnen worden toegerekend, ondanks dat daarbij meerdere rechtspersonen betrokken zijn.
- 10 Bij de verwerping van de drie beroepen heeft de TAR geoordeeld dat aangezien in artikel 38, leden 2 en 5, TUSMAR voor televisieomroeporganisaties de maximumzendtijd voor hun eigen reclameboodschappen is vastgesteld, het begrip „omroeporganisaties” dat in lid 6 van datzelfde artikel is vastgesteld ten aanzien

van zelfpromotie, uitsluitend betrekking heeft op de omroeporganisaties die hun eigen programma's aanprijzen. Deze bepaling vormt dus een afwijking van en een uitzondering op de regel van de maximumzendtijd voor reclame, zoals blijkt uit het bijvoeglijke naamwoord „eigen” met betrekking tot de programma's van een televisieomroeporganisatie (en geen radio-omroeporganisatie, ook al maakt zij deel uit van dezelfde ondernemingsgroep).

- 11 Daarnaast heeft de TAR verklaard dat artikel 23, lid 2, van richtlijn 2010/13/EU, in de destijds geldende versie, weliswaar voorzag in een vrijstelling van de maximumzendtijd voor reclame per klokuur in de uitzendingen van een televisieomroeporganisatie, doch uitsluitend voor „boodschappen van de omroeporganisatie in verband met haar eigen programma's en rechtstreeks daarvan afgeleide ondersteunende producten, sponsorboodschappen en productplaatsing”. Dus wanneer de richtlijn spreekt van „omroeporganisatie” wordt daarmee uitsluitend verwezen naar de „aanbieder van mediadiensten die televisie-uitzendingen aanbiedt” [artikel 1, lid 1, onder f)], en wanneer de richtlijn verwijst naar het begrip „programma”, wordt verwezen naar „een reeks bewegende beelden, al dan niet met geluid, [...] waarvan de vorm en de inhoud vergelijkbaar zijn met die van televisie-uitzendingen. [...]”: dus noch de Unieregeling, noch de nationale regeling op dit gebied verwijst naar radio-omroeporganisaties.
- 12 Tot slot heeft de TAR geoordeeld dat aangezien de entiteit die de boodschap uitzendt niet dezelfde is als de entiteit die voor het aangeprezen programma verantwoordelijk is (radio-omroeporganisatie), artikel 38, lid 6, TUSMAR niet van toepassing kan zijn. De leiding of coördinatie die de eigenaar van een televisieomroeporganisatie uitoefent op de eigenaar van een radio-omroeporganisatie, maakt van eerstgenoemde eigenaar immers geen redactioneel verantwoordelijke, en daarom kan hij niet de redactionele verantwoordelijkheid voor de programma's van laatstgenoemde op zich nemen. Hoe dan ook, in de onderhavige zaak heeft RTI niet aangetoond dat zij werkelijk kan ingrijpen in de economische keuzes van de dochteronderneming Monradio, en dus evenmin dat er bij de activiteiten van de twee omroeporganisaties sprake is van één beslissingscentrum.
- 13 Verzoekster komt op tegen de restrictieve benadering van de TAR met betrekking tot het begrip „zelfpromotie”, en voert aan dat die benadering elke betekenis ontnemt aan de uitsluiting van zelfpromotieboodschappen bij de berekening van de maximumzendtijd voor reclame. Onder zelfpromotieboodschappen wordt een bijzondere vorm van reclame verstaan, waarbij de omroeporganisatie haar eigen producten, diensten, programma's of netten aanprijst; thans is die vorm van reclame nog beter gedefinieerd, aangezien de maximumzendtijd uitsluitend betrekking heeft op de specifieke categorieën „televisiereclamespots” en „telewinkelspots”. Zelfpromotie van programma's verschilt dus van reclamespots voor producten, en heeft uitsluitend betrekking op ruimte in het programmaschema die niet op de adverteerdersmarkt wordt aangeboden, maar door de omroeporganisatie zelf wordt gebruikt.

- 14 Bovendien is de stelling dat zelfpromotie uitsluitend betrekking kan hebben op de eigen programma's van de omroeporganisatie die haar uitzendt volgens verzoekster in strijd met de systematische en niet op afzonderlijke platforms gebaseerde benadering van de Uniewetgever en de TUSMAR, die niet uitsluit dat eenzelfde ondernemingsgroep tegelijkertijd zowel televisiezenders als analoge nationale radiozenders exploiteert en dus aan crossmediale zelfpromotie doet.
- 15 Voorts stelt verzoekster dat artikel 38 TUSMAR, waarbij artikel 23 van richtlijn 2010/13/EU in nationaal recht is omgezet, in overeenstemming met het Unierecht moet worden uitgelegd, in het licht van de aanwijzingen van het Hof van Justitie [arresten van 28 oktober 1999, ARD/■■■■■■■■■■ AG (C-6/98, EU:C:1999:532, punten 29-31), en 24 november 2011, Commissie/Spanje, (C-281/09, EU:C:2011:767)].
- 16 Verzoekster voegt daaraan toe dat bij de reglementering van de betrekkingen betreffende de integratie van radio en televisie rekening is gehouden met de groepsonderneming, en niet met de formele onderverdeling daarvan in verschillende vennootschappen. Daarom heeft de AGCOM het ten onrechte niet relevant geacht dat de uitgeversgroep naar zijn aard een eenheid vormt: aangezien de materie van administratieve overtredingen berust op het beginsel dat uitsluitingsgronden exhaustief zijn opgesomd en het beginsel van strikte wetmatigheid, en in casu een uitdrukkelijke regeling ontbreekt, kan uit het loutere stilzwijgen van de wetgever niet worden afgeleid dat crossmediale zelfpromotie onrechtmatig is, maar is daarvoor een bepaling vereist die uitdrukkelijk afwijkt van de algemene relevantie die de TUSMAR aan de groepsonderneming toekent.
- 17 Verzoekster verwijst tot slot naar overweging 43 van richtlijn 2018/1808/EU en de wijziging die bij deze richtlijn is aangebracht aan artikel 23, lid 2, onder a), van richtlijn 2010/13/EU, ook al dateren de feiten van de onderhavige zaak van vóór die wijziging. Volgens die bepaling geldt de maximumzendtijd voor reclame niet voor „boodschappen van de omroeporganisatie in verband met eigen programma's en rechtstreeks daarvan afgeleide ondersteunende producten of met programma's en audiovisuele mediadiensten van andere entiteiten die tot dezelfde omroeporganisatie behoren". Volgens haar dienen die bepalingen als maatstaf voor de uitlegging van het nationale recht, ook het eerder geldende recht, op grond van het beginsel dat het nationale recht in overeenstemming met het Unierecht dient te worden uitgelegd.
- 18 Ter afsluiting stelt verzoekster dat de AGCOM het begrip „zelfpromotie van programma's" niet rechtmatig en niet in overeenstemming met het Unierecht uitlegt door niet te erkennen dat de mediagroep relevant is en dus dat crossmediale zelfpromotieboodschappen van de maximumzendtijd voor reclame kunnen worden uitgesloten.

Korte uiteenzetting van de motivering van de prejudiciële verwijzing

- 19 De verwijzende rechter preciseert om te beginnen dat in dit geding niet de vraag aan de orde is of de moedermaatschappij daadwerkelijk invloed kan uitoefenen op de economische keuzes van de dochteronderneming, maar de vraag of het aanprijzen door de moedermaatschappij, een audiovisuele omroeporganisatie, van programma's van de dochteronderneming, een radio-omroeporganisatie, rechtmatig is.
- 20 Daarnaast verklaart hij dat de systematische, doch crossmediale benadering die verzoekster voorstaat in strijd zou kunnen zijn met de bedoeling van de nationale wetgever bij de omzetting van richtlijn 2010/13/EU in nationaal recht, of zelfs zou kunnen leiden tot een verstoring van de mededinging ten nadele van uitsluitend radio-omroeporganisaties. De verwijzende rechter verwijst in dit verband naar een besluit van de AGCOM volgens welke de concentratie van televisie- en radio-uitzendingen ertoe kan leiden dat concurrenten worden uitgesloten van de markt voor de inzameling van reclame-inkomsten via radio-uitzendingen op nationaal niveau.
- 21 Volgens hem is de door de AGCOM en de TAR Lazio toegepaste uitlegging niet onredelijk, aangezien die strikt is gebaseerd op wat, ter uitvoering van richtlijn 2010/13/EU, in de TUSMAR is bepaald, en rekening houdt met de mededingingsversturende gevolgen die de stelling van verzoekster kan hebben voor radio-omroeporganisaties die niet zijn geïntegreerd in televisie-omroeporganisaties of mediaorganisaties.
- 22 Gelet op het bovenstaande acht de verwijzende rechter het noodzakelijk een verzoek om een prejudiciële beslissing aan het Hof van Justitie voor te leggen.