på under 23% vol. end drikkevarer med et højere alkoholindhold, kan ikke i sig selv bevirke, at en sådan bestemmelse ikke opfylder betingelserne i artikel 36.

RETSMØDERAPPORT
i de forenede sager C-1/90 og C-176/90 *

I — Faktiske omstændigheder og retsforhandlinger

1. Det fremgår af forelæggelseskendelsen, at det ifølge lov nr. 20 af 25. juli 1985 fra Cataloniens parlament om »forebyggelse og bistand vedrørende produkter, der kan medføre afhængighed« ikke er tilladt at reklamere for drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. i massemedier, langs gader og veje, bortset fra skiltning for produktions- og salgssteder, i biografer og i offentlige transportmidler.

2. Generalitat de Catalunya ved Dirección general de la Salut Publica (generaldirektoratet for offentlig sundhed) iværksatte over for Aragonesa de Publicidad Exterior SA og Publivía SAE, som udlejer reklameskilte, administrative procedurer for overtrædelse af bestemmelserne i nævnte lov. Sagerne blev afgjort ved, at virksomhederne blev pålagt en administrativt fastsat bøde på 75 000 PTA og 3 administrativt fastsatte bøder a 75 000 PTA.

3. Ved Tribunal Superior de Justicia de Cataluña anlagde selskaberne herefter sag til prøvelse af bødeafgørelserne. Selskaberne gjorde bl.a. gældende, at den nationale lov er i strid med bestemmelserne i EØF-Traktatens artikel 30.

4. Ved kendelse af 7. november 1989, berigtiget ved kendelse af 8. januar 1990, og ved kendelse af 29. november 1989, berigtiget ved kendelse af 28. juni 1990, udsatte Tribunal Superior de Justicia de Cataluña sagerne og forelagde Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål

»1) Udgør en lov i en medlemsstat (eller i dette tilfælde en lov vedtaget af et parlament i en selvstyrende region inden for en medlemsstat, som efter national ret har lovgivningskompetence vedrørende bestemte anliggender), hvorefter det inden for lovens territoriale anvendelsesområde ikke er tilladt at reklamere for drikkevarer med et alkohol-

* Processprog: spansk.

indhold på 23% vol. og derover a) i massemedier, b) på gader og veje, bortset fra skiltning for produktions- eller salgssteder, c) i biografer og d) i offentlige transportmidler, en foranstaltning med tilsvarende virkning som en kvantitativ indførselsrestriktion i henhold til EØF-Traktatens artikel 30?

2) Såfremt spørgsmålet besvares bekræftende spørges: Skal EØF-Traktatens artikel 36, første punktum, fortolkes således, at en medlemsstat lovligt — inden for visse områder — kan forbyde reklamer for drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. og derover af hensyn til beskyttelse af menneskers sundhed som anerkendt i national lov?

3) Kan et forbud som det ovenfor nævnte, som er begrundet i hensynet til beskyttelse af den offentlige sundhed, udgøre et middel til vilkårlig forskelsbehandling eller en skjult begrænsning af samhandelen mellem medlemsstaterne?«

Kendelserne fra Tribunal Superior de Justicia de Cataluña er registreret på Domstolens Justitskontor henholdsvis den 2. januar 1990 og 5. februar 1990 samt 7. juni 1990 og 12. juli 1990.

5. I henhold til artikel 20 i protokollen vedrørende statutten for De Europæiske Fællesskabers Domstol er der afgivet følgende skriftlige indlæg:

— I sag C-1/90 af sagsøgeren i hovedsagen ved advokaterne Juan Pascual Planas og Joaquin Masramòn Fontanals samt Procurador Jaime Gassó i Espina, Barcelona, som befuldmægtigede, af sagsøgte i hovedsagen ved advokat Marta Moix i Puig, Letrado del Servei del Contenciós del Gabinet Juridic Central de la Generalitat de Catalunya, som befuldmægtiget, af den belgiske regering ved inspecteur en chef, direktør i Ministeriet for Udenrigsanliggender, Udenrigshandel og Udviklingssamarbejde R. van Havere, som befuldmægtiget, og af Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber ved Blanca Rodríguez Galindo, Kommissionens Juridiske Tjeneste, som befuldmægtiget,

— i sag C-176/90 af sagsøgeren i hovedsagen ved advokaterne Eduardo Vivancos Comes og Enrique Vendrell Santiveri samt Procurador Araceli García Gómez, Barcelona, som befuldmægtigede, af sagsøgte i hovedsagen ved advokat Mercè Corretja i Torrens, Letrado del Servei del Contenciós del Gabinet Juridic Central de la Generalitat de Catalunya, som befuldmægtiget, af Det Forenede Kongeriges regering ved Hussein A. Kaya, Treasury Solicitor's Department, som befuldmægtiget, og af Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber ved Blanca Rodríguez Galindo, Kommissionens Juridiske Tjeneste, som befuldmægtiget.

6. Ved kendelse af 16. januar 1991 har Domstolen truffet bestemmelse om forening af de to sager med henblik på den mundtlige forhandling og domsafsigelsen.

7. På grundlag af den refererende dommers rapport og efter at have hørt generaladvokaten har Domstolen besluttet at indlede den mundtlige forhandling uden forudgående bevisoptagelse.

II — Sammenfatning af de skriftlige indlæg, der er indgivet til Domstolen

1. Forud for deres bemærkninger vedrørende besvarelsen af de præjudicielle spørgsmål har sagsøgerne i hovedsagen, selskaberne *Aragonesa de Publicidad Exterior* og *Publivía*, først anført, at da reklameforbuddet kun omfatter drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. og derover, følger det af loven af 25. juli 1985, at der frit kan reklameres for vine, »cavas« (unge vine forarbejdet efter champagne-metoden) og øl. Da der i den selvstyrende region Catalonien produceres store mængder vin, og det er det eneste eller næsten det eneste område, hvor der produceres mousserende vine og cavas, rammer reklameforbuddet produkter, der fremstilles uden for Catalonien, dvs. både spanske produkter og produkter fra andre EF-stater. Med hensyn til spanske produkter har forbuddet således følger for brandyer fra Jerez og med hensyn til produkter fra andre medlemsstater for skotsk whisky, engelsk gin og fransk cognac; forbuddet har også følger for spiritus med et alkoholindhold på over 23% vol., der fremstilles i Spanien, men hvor fremstillingsmetoden og sammensætningen stammer fra en anden medlemsstat.

Sagsøgerne i hovedsagen har derefter redegjort for de faktiske omstændigheder, som efter deres opfattelse skal lægges til grund ved sagens afgørelse:

— For så vidt angår forbruget udgør drikkevarer med et alkoholindhold på mindre end 23% vol. mængdemæssigt 94,72% og, opgjort i pesetas, 80,87% af det samlede forbrug af alkoholholdige drikkevarer i Catalonien i 1988. Sammenlignet med Spanien som helhed er forbruget af alkoholholdige drikkevarer i Catalonien højere for så vidt angår drikkevarer med et alkoholindhold på under 23% vol. og lavere for drikkevarer med et alkoholindhold på over 23% vol.

— Med hensyn til produktionen fremstilledes der i Catalonien i perioden 1984-1987 ca. 10 millioner hektoliter alkoholholdige drikkevarer (bortset fra øl), hvoraf næsten 93% var drikkevarer med et alkoholindhold på under 23% vol. I samme periode udgjorde den samlede produktion i Spanien omkring 130 millioner hektoliter, hvoraf ca. 80% var drikkevarer med et alkoholindhold på under 23% vol.

— For så vidt angår handelsstrømmene til og fra det catalanske område udgjorde »eksporten« af drikkevarer med et alkoholindhold på mindre end 23% vol. i 1988, 99,06% af den samlede mængde og 97,89% af den samlede værdi af »eksporten« af alkoholholdige drikkevarer; de tilsvarende procenter for »importen« var 44,49% og 39,98%.

2. I sag C-1/90 har *Kongeriget Belgien* først fremført generelle bemærkninger. Det har anført, at det alt for høje alkoholforbrug vækker stærk bekymring hos de belgiske myndigheder, som, på linje med myndighederne i de fleste medlemsstater, har truffet forskellige foranstaltninger for at bekæmpe misbruget af alkoholholdige drikkevarer og begrænse incitamentet til at indtage sådanne drikkevarer. I Belgien er der bl.a. vedtaget lov af 22. marts 1989, hvorved den udøvende myndighed ud fra hensynet til den offentlige sundhed er tillagt beføjelse til at

forbyde, at der reklameres for alkohol og alkoholholdige drikkevarer.

Det første spørgsmål

1. *Selskaberne Aragonesa de Publicidad Exterior* og *Publivía* har bemærket, at det forelagte spørgsmål ikke i det væsentlige adskiller sig fra det mere komplekse spørgsmål, som Domstolen afgjorde ved dom af 10. juli 1980 (sag 152/78, Kommissionen mod Frankrig, Sml. s. 2299), hvor Domstolen skulle tage stilling til nationale bestemmelser om reklame for alkoholholdige drikkevarer, som uden forskel fandt anvendelse på indenlandske og indførte varer. Sagsøgerne har imidlertid tilføjet, at selv om baggrunden for den omtvistede lov måtte være hensynet til den offentlige sundhed, og selv om reklameforbuddet omfatter alle drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. og derover, uanset oprindelse, er forholdet dog det, at vel hindrer loven markedsføringen af de nævnte produkter på nationalt plan, men situationen er dog en anden, såfremt man ser den i forhold til det område, som catalansk lovgivning omfatter, idet den økonomiske afmatning, der kan følge af reklameforbuddet, påvirker andre selvstyrende regioners interesser. Selv om den omtvistede lov med andre ord finder anvendelse uden forskel, og den tilsyneladende tilsidesætter kommercielle interesser til fordel for et overordnet hensyn, nemlig hensynet til den offentlige sundhed, kan den ikke anses for at være af national interesse, idet den spanske stat juridisk-politisk er sammensat af sytten selvstyrende regioner, som er meget forskellige. I Spanien er situationen således ikke den samme som i en centralistisk stat, som må betragte sig som berørt af enhver omstændighed, som kan have betydning for hver af dens enkelte dele. I de foreliggende sager er reklameforbuddet en foranstaltning med tilsvarende virkning som en indførselsrestriktion og en foranstaltning til begrænsning af salget af varer, som er indenlandske, men som stammer fra andre selvstyrende regioner; denne omstændighed bevirker imidlertid ikke, at den catalanske lov ikke i større eller mindre omfang påvirker importen af alkoholholdige drikkevarer fra andre medlemsstater, uden at den selvstyrende region Cataloniens særlige interesser lider under de nævnte restriktive foranstaltninger. Selskabet Publivía har i den forbindelse henvist til ovennævnte statistiske oplysninger om »import« og »eksport« og bemærket, at halvdelen af »importen« formentlig udgøres af produkter med oprindelse i andre medlemsstater.

Aragonesa de Publicidad Exterior og Publivía har bemærket, at da forbuddet uden forskel gælder for indførte varer og spanske varer, men ikke for indførte varer og catalanske varer, er der tale om en foranstaltning, der er udtryk for direkte forskelsbehandling. Til støtte herfor har sagsøgerne påpeget, at ud af den samlede produktion af alkoholholdige drikkevarer i Catalonien i 1987 udgjorde drikkevarer med et alkoholindhold på mindre end 23% vol. 93%.

Publivía har tilføjet, at der er tale om en helt særlig situation. Man kan ikke kun hæfte sig ved, at der ved fastsættelsen af grænsen for alkoholindholdet til 23% vol. i den catalanske lov ikke sondres mellem drikkevarer med oprindelse i andre selvstyrende spanske regioner og indførte drikkevarer. Begrænsningerne af reklamemulighederne påvirker utvivlsomt førstnævnte varer. Men der må tages hensyn til, at de statslige beføjelser i henhold til den spanske forfat-

ning er fordelt mellem sytten selvstyrende regioner. Historiske og politiske omstændigheder, som er særlige for Catalonien, giver forklaringen på, at den omtvistede lov også rammer produkter med oprindelse i andre selvstyrende regioner, hvor de mulige kommercielle tab ikke påvirker Cataloniens særlige interesser. Situationen er således identisk med den, som var baggrunden for ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig, idet begrænsningerne af reklamemulighederne indirekte er til fordel for forbruget af lokalt fremstillede drikkevarer.

Drikkevarer fra andre dele af Spanien rammes således af reglen. Imidlertid er det de drikkevarer, som indføres fra andre medlemsstater, som rammes mest, og det af følgende grunde:

— Catalonien er den af de selvstyrende regioner, hvor der indtages flest indførte alkoholholdige drikkevarer; endvidere er forholdet det, at drikkevarer, der er fremstillet i Spanien, bortset fra Catalonien, har et vist omdømme, bl.a. på grund af tradition og vane, mens der må reklameres for indførte drikkevarer for at styrke deres omdømme.

— Der blev lukket for importen af alkoholholdige drikkevarer allerede, da borgerkrigen begyndte, men den blev siden lempet noget. Importen blev først helt frigivet, da Spanien tiltrådte De Europæiske Fællesskaber.

— Kun en beskeden del af befolkningen har indtil nu haft mulighed for at indtage indførte drikkevarer og kunnet foretrække dem frem for indenlandsk fremstillede drikkevarer. De importerede produkter er mindre kendte og i almindelighed dyrere og rammes derfor af begrænsningerne af reklamemulighederne. Endvidere tillægger gennemsnitsforbrugeren ikke drikkevarernes mærke særlig betydning. Kun en begrænset del af befolkningen sætter pris på indførte drikkevarer, fordi det er den ægte vare, og udvælger omhyggeligt det mærke, de foretrækker.

— Normalt er der for hver udenlandsk drikkevare med et højt alkoholindhold kun en enkelt importør i Spanien. Han må antages at begrænse importen, idet de omtvistede begrænsninger af reklamemulighederne hæmmer produkternes indtrængen på det catalanske marked, hvor der er seks millioner indbyggere, hvis forbrug er blandt det højeste i Spanien. Hvis der for et og samme mærke var forskellige importører, er det klart, at den som måtte have eneforhandlingsretten for Catalonien, ville begrænse sin import endnu mere.

Publivía har sammenfattende anført, at anvendelsen af den omtvistede lov har betydelig indflydelse på importen, og at den interesse, der krænkes i kraft af bestemmelsen, er samhandelen inden for Fællesskabet.

Aragonesa de Publicidad Exterior og Publivía har endelig foreslået, at det første præjudicielle spørgsmål besvares således:

»Lov nr. 20 af 25. juli 1985, vedtaget af den selvstyrende region Cataloniens parlament,

er en foranstaltning med tilsvarende virkning som en indførselsrestriktion i henhold til EØF-Traktatens artikel 30, for så vidt som det inden for lovens territoriale anvendelsesområde ikke er tilladt at reklamere for drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. og derover i a) massemedier, b) langs gader og veje og andre offentlige færdselsårer samt på pladser, c) i biografer og d) i offentlige transportmidler.«

2. *Generalitat de Catalunya* (den selvstyrende region Catalonien) har indledningsvis understreget, at den omtvistede lov har en mere begrænset rækkevidde end det forelagte spørgsmål tyder på, idet reklameforbuddet vedrører massemedier, som henhører enten under regionen eller under Cataloniens lokaladministration, men ikke omfatter andre massemedier, som f.eks. private tv-stationer.

Regionen har endvidere fremhævet, at Kommissionen i direktiv 70/50/EØF af 22. december 1969 om henvisning til bestemmelserne i artikel 33, stk. 7, om afskaffelse af foranstaltninger med tilsvarende virkning som kvantitative importrestriktioner, der ikke omfattes af andre bestemmelser truffet i medfør af EØF-Traktaten (EFT 1970 I, s. 10), havde anlagt en snæver fortolkning af begrebet foranstaltning med tilsvarende virkning, idet det kun delvis omfatter foranstaltninger, der uden forskel finder anvendelse på indenlandske og indførte varer.

Regionen har tilføjet, at Domstolen derimod har anlagt en vid fortolkning af begrebet i dommen af 11. juli 1974 (sag 8/74, Dassonville, Sml. s. 837) og i senere domme. I ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig, fulgte Domstolen på det punkt generaladvokat Reischl's forslag til afgørelse og bekræftede ovennævnte fortolkning, idet den bemærkede, at nationale bestemmelser, hvorefter det delvis er forbudt at reklamere for alkoholholdige drikkevarer, begrænser mulighederne for afsætning af indførte varer og således kan være en foranstaltning med tilsvarende virkning i henhold til Traktatens artikel 30.

Den selvstyrende region Catalonien har herefter foreslået, at det første præjudicielle spørgsmål besvares bekræftende. Problematikken er for så vidt ikke endeligt afklaret, idet følgende to aspekter må fremhæves:

— Siden den omtvistede catalanske lov trådte i kraft, er importen af alkoholholdige drikkevarer steget; loven har således ikke i praksis haft virkninger som en foranstaltning med tilsvarende virkning.

— Med den vide definition af begrebet foranstaltning med tilsvarende virkning er der mulighed for to former for undtagelser: Undtagelserne i henhold til Traktatens artikel 36 og den undtagelse, der følger af den snævre fortolkning, som Domstolen for første gang anlagde i dom af 20. februar 1979, sag 120/78, Rewe-Zentral, den såkaldte »Cassis de Dijon«-dom, Sml. s. 649).

3. *Kongeriget Belgien* har (i sag C-1/90) anført, at det må antages, at når det omtvistede reklameforbud hæmmer forbruget af drikkevarer med et alkoholindhold på over 23% vol., er der tale om en foranstaltning med tilsvarende virkning som kvantitative restriktioner, såvel i relation til indførte som til indenlandsk fremstillede drikkevarer.

Når der i alle medlemsstaterne gennemføres en politik til bekæmpelse af alkoholisme, og begrebet samhandelshindringer forudsætter en klar forskel med hensyn til den enkelte medlemsstats frihed, må man imidlertid rejse det spørgsmål, om artikel 30 fortsat kan finde anvendelse, såfremt de fleste medlemsstater anvender foranstaltninger med en lignende virkning.

Endelig har Kongeriget Belgien bemærket, at Domstolen i dom af 31. marts 1982 (sag 75/81, Blesgen, Sml. s. 1211), fastslog, at en national bestemmelse, som er et led i bekæmpelsen af alkoholisme, og som forbyder nydelse på stedet på alle offentligt tilgængelige steder af drikkevarer med en vis alkoholstyrke, indenlandsk fremstillede såvel som indførte, ikke er omfattet af Traktatens artikel 30.

Ifølge den belgiske regering må det første spørgsmål derfor besvares benægtende.

4. *Det Forenede Kongerige Storbritannien og Nordirland* har (i sag C-176/90) henvist til ovennævnte dom af 11. juli 1974, Dassonville, som viser det omfang og den betydning, artikel 30 har med henblik på at sikre de frie varebevægelser mellem medlemsstaterne, også når begrænsningerne ikke blot er direkte importforbud, men udmønter sig i »potentielle« eller »indirekte« samhandelshindringer. En begrænsning, som uden forskel omfatter indenlandsk fremstillede og indførte varer, kan udgøre en sådan potentiel eller indirekte hindring, såfremt den efter sin konkrete ordlyd reelt kun eller i det væsentlige gælder for indførte varer, og kan således ikke alene medføre, at indførte varer udsættes for forskelsbehandling, men også, at udviklingen af et nyt marked hindres.

Ifølge Det Forenede Kongerige anerkendte Domstolen reklamens magt og betydning som supplement til markedsføringen i dom af 24. november 1982 (sag 249/81, Kommissionen mod Irland, Sml. s. 4005). Domstolen har også anerkendt, at et reklameforbud kan være en væsentlig samhandelsbegrænsende omstændighed (jf. ovennævnte dom af 10.7.1980, Kommissionen mod Frankrig).

En begrænsning, som rammer reklamemulighederne og som dermed påvirker afsætningen af indførte varer, kan være i strid med Traktatens artikel 30. Spørgsmålet om, hvorvidt dette faktisk er tilfældet, må den nationale retsinstans tage stilling til på grundlag af en nøje undersøgelse af det spanske marked for alkoholholdige drikkevarer. Det Forenede Kongerige har imidlertid bemærket, at ud fra de oplysninger, det har, må det formodes, at den omtvistede catalanske lovbestemmelse påvirker afsætningen af indført spiritus, i det mindste indirekte eller potentielt, når henses til, at de drikkevarer, der rammes af bestemmelsen, stammer enten fra andre dele af Spanien eller fra andre medlemsstater, og at der i Catalonien indtages og forbruges store mængder bordvin, som ikke rammes af bestemmelsen om begrænsning af reklamen.

Det Forenede Kongerige har foreslået, at det præjudicielle spørgsmål besvares således:

»En lov i en medlemsstat (eller en lov vedtaget af Parlamentet i en selvstyrende region

inden for en medlemsstat), hvorefter det ikke er tilladt at reklamere for drikkevarer med et alkoholindhold på mere end 23% vol. på nærmere angivne offentlige steder, kan udgøre en foranstaltning med tilsvarende virkning som en kvantitativ restriktion i henhold til Traktatens artikel 30; på grundlag af det i sagen oplyste tilkommer det den nationale retsinstans at tage stilling til, om loven konkret har en sådan virkning.«

5. *Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber* har først bemærket, at det er uden betydning, om den omtvistede lovgivning er vedtaget af det nationale parlament eller af en selvstyrende regions parlament, eftersom der under alle omstændigheder er tale om en statslig foranstaltning, hvor fortolkningen af artikel 30 kommer i betragtning.

Kommission har i den forbindelse anført, at i ovennævnte dom af 11. juli 1974 i Dassonville-sagen definerede Domstolen en foranstaltning med tilsvarende virkning som »enhver af medlemsstaternes bestemmelser for handelen, som direkte eller indirekte, øjeblikkeligt eller potentielt, kan hindre samhandelen i Fællesskabet«. Ud fra den definition kan en national bestemmelse, hvorefter adgangen til at reklamere for bestemte produkter begrænses, udgøre en foranstaltning med tilsvarende virkning, idet den er egnet til at begrænse importens omfang, fordi den påvirker mulighederne for at afsætte de indførte produkter (jf. ovennævnte dom af 10.7.1980, Kommissionen mod Frankrig).

I den foreliggende sag er spørgsmålet herefter, om betingelserne for, at en sådan bestemmelse er i strid med Traktatens artikel 30, er opfyldt.

Kommissionen har understreget, at ud fra de oplysninger, den råder over, kan den omtvistede bestemmelse ikke antages at være diskriminerende i forhold til indførte produkter. Kriteriet vedrørende drikkevarernes alkoholindhold er et helt objektivt kriterium, som ikke særligt rammer indførte drikkevarer i forhold til tilsvarende indenlandsk fremstillede drikkevarer. Selv om der i den selvstyrende region Catalonien fremstilles betydelige mængder vin og »cavas«, hvis alkoholindhold er lavere end 23% vol., fremstilles der også drikkevarer med et højere alkoholindhold (Kommissionen har i den forbindelse henvist til, at der i 1989 fremstilledes ikke ubetydelige mængder brandy og genever i fire catalanske provinser), ligesom der fremstilles meget store mængder af de nævnte drikkevarer, navnlig brandy, i resten af Spanien. Endelig er der mange indførte produkter, som f.eks. franske vine og champagner (jf. de importerede mængder champagne i 1988), som ikke rammes af det omtvistede reklameforbud. Den catalanske lovbestemmelse har derfor ikke det diskriminerende præg, som de franske lovbestemmelser, der var sagsgenstand i ovennævnte dom af 10. juli 1980, fandtes at have.

Ifølge Kommissionen finder den nationale bestemmelse således anvendelse uden forskel på indførte og indenlandsk fremstillede produkter. Problemet er herefter, om der med bestemmelsen forfølges et efter fællesskabsretten lovligt formål, og om bestemmelsen er rimelig og ikke går ud over, hvad der er nødvendigt for at nå dette formål, således som det kræves i henhold til Domstolens praksis (jf. ovennævnte dom af 20.2.1979 i »Cassis de Dijon«-sagen) og i henhold til artikel 3 i Kommissionens ovennævnte direktiv 70/50 af 22. december 1969.

For så vidt angår det formål, der forfølges, har Kommissionen fremhævet, at der både i betragtningerne til den catalanske lov og i forelæggelseskendelserne henvises til beskyttelsen af den offentlige sundhed, som er et af de tvingende hensyn, som Domstolen anerkendte i dommen i »Cassis de Dijon«-sagen. Som Domstolen fastslog i ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig, udgør reklame en tilskyndelse til forbrug af sådanne drikkevarer, og der består derfor en forbindelse mellem reklamereglerne og kampen mod alkoholisme, som definitivt er et formål, der har relation til den offentlige sundhed.

For så vidt angår proportionalitetsprincippet må der tages stilling til, om virkningerne af den catalanske lovbestemmelse går ud over de virkninger, der er forbundet med alle bestemmelser for handelen; dette er tilfældet:

— Når de restriktive virkninger på samhandelen ikke står i forhold til det tilstræbte resultat.

— Når det samme mål kan nås ved midler, som i mindre grad hæmmer samhandelen.

Ifølge Kommissionen er det vanskeligt at fastsætte generelle kriterier for, hvornår et forbud mod at reklamere for alkoholholdige drikkevarer er rimeligt. Ifølge Kommissionen har Domstolen udtalt, at der for så vidt angår spørgsmål, der vedrører den offentlige sundhed, skal tages hensyn til vanerne hos borgerne i den pågældende stat (jf. dom af 6.6.1984, sag 97/83, Melkunie,` Sml. s. 2367, og dom af 6.5.1986, sag 304/84, Müller, Sml. s. 1511). Vanerne kan variere alt efter f.eks. de kulturelle, klimatiske og sociologiske forhold i den enkelte medlemsstat. Ved vurderingen af den omtvistede catalanske lov må den nationale retsinstans omhyggeligt undersøge de forhold, der i dens eget land er kendetegnende for forbruget af alkoholholdige drikkevarer.

Med den bemærkning har Kommissionen anført, at efter dens opfattelse og på baggrund af de oplysninger, den råder over, synes den nationale bestemmelse ikke at være urimelig i forhold til det formål, der forfølges. For det første indebærer bestemmelsen en begrænsning af reklamemulighederne for drikkevarer, hvis alkoholindhold er relativt højt, og som på grund af en vedholdende og gentagen reklame bliver så trivielle, at de sidestilles med almindelige drikkevarer med et lavere alkoholindhold; desuden er det paradoksalt at tillade en sådan reklame på skilte langs landevejene, når bilister med en vis promille i blodet udsættes for kontrol og straf, fordi de er farlige bag et rat. På den anden side er en sådan reklame ikke helt forbudt, idet der fortsat kan reklameres i tidsskrifter og magasiner, i private tv-kanaler og på sportspladser.

Ifølge Kommission kan alle aspekterne omkring det i forelæggelseskendelserne stillede spørgsmål besvares på grundlag af Traktatens artikel 30, idet den reklamebegrænsning, der er indført ved den catalanske lov, ikke er en foranstaltning med tilsvarende virkning, der er forbudt efter nævnte artikel.

Kommissionen har herefter foreslået, at spørgsmålet besvares således:

»EØF-Traktatens artikel 30 skal fortolkes således, at den ikke er til hinder for en national lovbestemmelse, hvorefter det inden for dens territoriale anvendelsesområde ikke er tilladt at reklamere for drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. og derover i massemedier, på gader og veje, bortset fra skiltning for produktions- og salgssteder, i biografer og i offentlige transportmidler.«

Andet og tredje spørgsmål

1. Ifølge *Aragonesa de Publicidad Exterior* og *Publivía* er den omtvistede catalanske lov ikke omfattet af undtagelsesbestemmelsen i Traktatens artikel 36.

Når henses til, at forbruget af drikkevarer med et alkoholindhold på mindre end 23% vol. i 1988 i Catalonien udgjorde 94,72% af det samlede forbrug af alkoholholdige drikkevarer, kan det ikke hævdes, at den offentlige sundhed beskyttes bedre, såfremt det ikke er tilladt at reklamere for, men vel at indtage drikkevarer med et alkoholindhold på over 23% vol., som udgør 5,28% af markedet. Reklameforbuddet for sådanne drikkevarer er derfor ikke rimeligt i forhold til hensynet til den offentlige sundhed. I øvrigt er drikkevarernes alkoholindhold ikke det rigtige kriterium at lægge til grund ved bekæmpelsen af alkoholisme, eftersom der indtages større mængder af drikkevarer med lavt alkoholindhold end drikkevarer med højt alkoholindhold. Det kan ikke hævdes, at kun stærkt alkoholiske drikke medfører afhængighed. I kraft af deres lave pris og på grund af de indtagne mængder medfører vin og øl større afhængighed og er endvidere lettere tilgængelige for unge mennesker.

Hvis man for alvor vil bekæmpe alkoholisme, er det over for de nævnte alkoholsvagere drikke, der skal sættes ind, medmindre man vil bekæmpe forbruget af alle alkoholholdige drikkevarer med mere vidtgående midler end en reklamebegrænsning, som er diskriminerende. Alkoholstyrken isoleret betragtet viser ikke i sig selv omfanget af alkoholisme; der må også tages hensyn til den indtagne mængde, således som Domstolen fremhævede i ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig.

Ifølge sagsøgerne er der endnu en grund til at afvise, at Traktatens artikel 36 kan finde anvendelse i den foreliggende sag, nemlig at den tilsyneladende modstrid mellem de to punktummer i nævnte artikel kun kan afhjælpes, såfremt det antages, at andet punktum har forrang, og første punktum er underordnet det andet. Det er med andre ord reglen, at der ikke kan være skjult begrænsning af samhandelen mellem medlemsstaterne som følge af en vilkårlig forskelsbehandling, mens det er undtagelsen, at medlemsstaterne kan pålægge forbud eller begrænsninger ud fra de hensyn, der er opregnet i artikel 36. En sådan mulighed skal være objektivt begrundet på en sådan måde, at der skal være årsagssammenhæng mellem forbuddet eller restriktionen og det formål, der forfølges. Denne begrundelse skal vurderes ud fra proportionalitetsprincippet, for, som Domstolen fastslog i dom af 12. oktober 1978 (sag 13/78, Eggers, Sml. s. 1935),

artikel 36 skal fortolkes »således, at dens virkninger ikke overskrider grænserne for, hvad der er nødvendigt for at beskytte de interesser, artiklen skal sikre«.

Sagsøgerne i hovedsagen har tilføjet, at henset til ovennævnte dom i »Cassis de Dijon«-sagen kan artikel 36, første punktum, ikke finde anvendelse, da den nødvendige betingelse om, at der skal foreligge nærmere angivne tvingende hensyn, ikke er opfyldt. Selv om hensynet til den offentlige sundhed kan begrunde et reklameforbud for alle alkoholholdige drikkevarer, uanset alkoholstyrke, kan et reklameforbud, der udelukkende omfatter drikkevarer på over 23% vol., ikke betragtes som et nødvendigt tvingende hensyn, som er begrundet i den offentlige sundhed.

Endvidere fremgår det af betragtningerne til den catalanske lov af 25. juli 1985, at lovgiver har været foranlediget til at reagere på den stigning i forbruget af stærke drikke, der er konstateret i de sidste tyve år. Denne stigning hænger sammen med de foranstaltninger, der er truffet med henblik på en progressiv liberalisering af importen af de nævnte drikkevarer. Det er således klart, at den omtvistede lov omfatter indførte drikkevarer, og følgelig falder ind under begrebet foranstaltning med tilsvarende virkning, idet afsætningen af indførte varer herved bliver vanskeligere eller mindre sikker. I begge forelæggelseskendelserne har retten bemærket, at »virksomheden er blevet pålagt en bøde for at have reklameret for indførte alkoholholdige drikkevarer, mens de catalanske bestemmelser om reklame stort set ikke vedrører ikke indenlandsk fremstillede drikkevarer (vin og mousserende vine), da disses alkoholindhold er lavere«.

Sammenfattende har Aragonesa de Publicidad Exterior og Publivía foreslået, at andet og tredje præjudicielle spørgsmål besvares således:

»I henhold til Traktatens artikel 36 kan medlemsstaterne i deres nationale lovgivning forbyde reklamer for alkoholholdige drikkevarer ud fra hensynet til beskyttelse af menneskers sundhed, medmindre et sådant forbud udgør et middel til vilkårlig forskelsbehandling eller en skjult begrænsning af samhandelen mellem medlemsstaterne.

Et forbud mod reklame for alkoholholdige drikkevarer på over 23% vol., som er begrundet i hensynet til beskyttelse af den offentlige sundhed, udgør et middel til vilkårlig forskelsbehandling eller en skjult begrænsning af samhandelen mellem medlemsstaterne.«

2. a) For så vidt angår det andet præjudicielle spørgsmål har *den selvstyrende region Catalonien* gjort gældende, at den omtvistede lovbestemmelse falder ind under en af undtagelsesbestemmelserne i Traktatens artikel 36, nemlig beskyttelsen af den offentlige sundhed, idet der herved som et forebyggende middel med hensyn til et stof, som kan medføre afhængighed, er indført en begrænsning af mulighederne for at reklamere, og reklame åbenbart tilskynder til forbrug af produktet. Regionen har tilføjet, at selv om spørgsmålet om, hvorvidt det er nødvendigt med et direktiv om harmonisering af medlemsstaternes lovgivning vedrørende reklame for alkoholholdige drikkevarer, er rejst adskillige gange og på forskellig måde, er den eneste

retsakt, der faktisk findes inden for området, Rådets direktiv 89/552/EØF af 3. oktober 1989 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-radiospredningsvirksomhed (EFT L 298, s. 23). Men selv om der i direktivet, navnlig i artikel 15, er fastsat strenge kriterier vedrørende fjernsynsreklamer for alkoholholdige drikkevarer, kan det ikke antages at udgøre en harmoniseret ordning med hensyn til reklame for alkohol. Medlemsstaterne må derfor kunne lovgive inden for området, hvilket de i øvrigt i henhold til Traktatens artikel 100 A, stk. 4, kan gøre, også selv om spørgsmålet er harmoniseret på fællesskabsplan.

Også Domstolen har anerkendt, at lovbestemmelser om begrænsning af mulighederne for at reklamere for alkoholholdige drikkevarer principielt er begrundet ud fra hensynet til beskyttelse af den offentlige sundhed, nemlig i ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig. Ganske vist fastslog Domstolen i dommen, at de omtvistede franske lovbestemmelser var traktatstridige på grund af deres vilkårlige karakter. I den foreliggende sag er der imidlertid lagt et objektivt kriterium til grund for begrænsningen, nemlig alkoholindholdet. Det kan derfor ikke bestrides, at en medlemsstat kan træffe foranstaltninger med henblik på at bekæmpe alkoholisme og at fremme en sundere levevis. En medlemsstat kan træffe de foranstaltninger, den finder nødvendige af hensyn til beskyttelsen af den offentlige sundhed, og det ud fra det konkrete problem, der skal løses (f.eks. stigning i forbruget af stærke drikke eller beskyttelse af en bestemt social gruppe).

Ifølge den selvstyrende region Catalonien bør det andet præjudicielle spørgsmål derfor besvares bekræftende.

b) I forbindelse med besvarelsen af det tredje præjudicielle spørgsmål har sagsøgte i hovedsagen først behandlet proportionalitetsprincippet og derefter spørgsmålet om, hvorvidt der foreligger vilkårlig forskelsbehandling eller skjult begrænsning af samhandelen mellem medlemsstaterne.

I relation til det princip om proportionalitet, som alle nationale foranstaltninger skal opfylde, for at de kan være begrundet i henhold til Traktaten, må følgende to spørgsmål besvares:

— Står den fordel, foranstaltningen medfører, i rimeligt forhold til begrænsningen af de frie varebevægelser?

Ifølge den selvstyrende region Catalonien er den bestemmelse, der omtvistes i hovedsagen, begrundet ud fra hensynet til beskyttelsen af sundheden, navnlig sundheden for unge; bestemmelsen vedrører drikkevarer med et højt alkoholindhold, hvis følger for sundheden

klart er mere skadelige; bestemmelsen forbyder reklame for sådanne drikkevarer på visse steder og i visse medier; den er i overensstemmelse med de offentlige myndigheders forpligtelse til at påtage sig ansvaret for og overvåge den offentlige sundhed; den er principielt samfundsnyttig, idet der ikke længere er et incitament til at indtage stærke drikke. De begrænsninger, som den pågældende nationale bestemmelse kan medføre for de frie varebevægelser, må undersøges under hensyntagen til, at bestemmelsen ikke har direkte betydning for importen, finder anvendelse uden forskel på importerede og indenlandsk fremstillede produkter, og er begrænset med hensyn til de berørte drikkevarer og de reklamemidler, der ikke er tilladt. Regionen har i øvrigt bemærket, at sagsøgerne i hovedsagen ikke er importører af alkoholholdige drikke, som forsøger at omgå en foranstaltning med tilsvarende virkning som en indførselsrestriktion, men virksomheder, som udlejer reklametavler, der er opsat i det fri, og som ønsker at undgå at miste kunder.

— Er der med henblik på at beskytte den offentlige sundhed andre midler, som i mindre omfang påvirker de frie varebevægelser?

Ifølge Regionen Catalonien må spørgsmålet besvares benægtende.

Den omtvistede nationale bestemmelse er netop nødvendig med henblik på at nå det mål, der forfølges, navnlig fordi der er tale om en præventiv bestemmelse, som er begrundet ud fra hensyn til beskyttelse af den offentlige sundhed, hvorved der indføres begrænsninger med hensyn til reklame på steder, der henhører under forvaltningens ansvarsområde og har offentlig karakter (offentlige medier, offentlige transportmidler...), for at undgå, at reklamebudskabet når ud til publikum mod dets vilje og udifferentieret.

For så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt der foreligger vilkårlig forskelsbehandling eller skjult begrænsning af samhandelen mellem medlemsstaterne, har Regionen Catalonien bemærket, at det delvise forbud mod reklame for alkoholholdige drikkevarer er baseret på et objektivt kriterium, nemlig drikkevarernes indhold af ren alkohol. Med henvisning til ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig, og til generaladvokat Reischl's forslag til afgørelse i samme sag har Regionen bemærket, at da den omtvistede lovbestemmelse finder anvendelse uden forskel på alle drikkevarer med et alkoholindhold på over 23% vol., uanset oprindelse (indenlandsk fremstillet eller indført), er der hverken tale om et middel til vilkårlig forskelsbehandling eller en skjult begrænsning af samhandelen mellem medlemsstaterne.

At lovbestemmelsen ikke har et protektionistisk sigte og ikke er forskelsbehandlende, fremgår af, at reklamevirksomhederne er blevet dømt for at have reklameret for spanske drikkevarer med et alkoholindhold på over 23% vol. Den selvstyrende region Catalonien har som eksempel nævnt en afgørelse af 15. juni 1990 fra Tribunal Superior de Justicia de Cataluña.

Regionen har tilføjet, at den pågældende lovbestemmelse ikke har et protektionistisk sigte, men alene har til formål at beskytte den offentlige sundhed, hvilket fremgår af, at den er baseret på et objektivt kriterium med hensyn til skadelighed, nemlig alkoholindholdet. En drikkevares skadelighed afhænger af dens alkoholindhold; den kan også afhænge af andre kriterier (den indtagne mængde, det tidspunkt, drikkevaren indtages, og den person, der indtager den...), men sådanne kriterier er ikke objektive. Den omstændighed, at begrebet skadelighed er knyttet til en grænse på 23% vol., kan der heller ikke rejses kritik af, eftersom der ikke findes fællesskabsretlige bestemmelser, og der er tale om et område, hvor de videnskabelige resultater ikke er overbevisende. Ifølge Domstolens praksis tilkommer det derfor medlemsstaterne at tage stilling til, hvor langt de vil strække beskyttelsen af den offentlige sundhed.

Det delvise forbud mod reklame for drikkevarer med et alkoholindhold på over 23% vol. kan heller ikke antages at være en foranstaltning, der fremmer forbruget af vin og af »cavas«. Der er nemlig ikke tale om et konkurrenceforhold mellem de nævnte to grupper af produkter, som ikke tilhører samme kategori af drikkevarer, som ikke gærer på samme måde, og som ikke indtages under samme sociale omstændigheder (jf. med hensyn til konkurrencen mellem vin og øl, dom af 12.7.1983, sag 170/78, Kommissionen mod Det Forenede Kongerige, Sml. s. 2265). Endelig har den selvstyrende region Catalonien understreget, at der findes indenlandsk fremstillede alkoholholdige drikkevarer med et alkoholindhold på over 23% vol., som derfor også er omfattet af begrænsningerne af reklamemulighederne.

Det tredje præjudicielle spørgsmål bør derfor besvares benægtende.

c) Ud over de bemærkninger, den selvstyrende region Catalonien har fremført i forbindelse med de præjudicielle spørgsmål, har den fremført følgende bemærkninger i sag C-176/90.

Det følger af henvisningen i »Cassis de Dijon«-sagen til »tvingende hensyn«, at andre særlige forhold end dem, der omhandles i Traktatens artikel 36, kan

begrunde nationale bestemmelser om begrænsning af importen. Sådanne forhold, som falder ind under begrebet »rule of reason«, skal opfylde følgende betingelser:

— Der må ikke findes fællesskabsbestemmelser inden for området.

— Den nationale bestemmelse skal uden forskel finde anvendelse på indenlandsk fremstillede og indførte produkter.

— Betingelserne for, at de i artikel 36 angivne hensyn foreligger, skal også være opfyldt.

Den selvstyrende region Catalonien har anført, at den allerede har ført bevis for, at den første og den tredje betingelse er opfyldt.

For så vidt angår den anden betingelse har den henvist til de omstændigheder, der er oplyst i ovennævnte afgørelse fra Tribunal Superior de Justicia de Cataluña af 15. maj 1990, og til, at det kriterium, der er lagt til grund for begrænsningen af reklamemulighederne, er objektivt. Den har tilføjet, at forenelighed med artikel 30 kræver, at de foranstaltninger, der finder anvendelse uden forskel, også opfylder kriterierne om proportionalitet og om, at der ikke kan sættes andre foranstaltninger i stedet.

Den selvstyrende region Catalonien har anført følgende: Den i hovedsagen omtvistede bestemmelse er begrundet ud fra hensyn til beskyttelse af sundheden, navnlig for en bestemt del af samfundet; bestemmelsen omfatter drikkevarer med et højt alkoholindhold, hvis følger for sundheden klart er mere skadelige; ifølge bestemmelsen er det ikke tilladt at reklamere for sådanne drikkevarer i bestemte medier og på bestemte steder; reglen er i overensstemmelse med de offentlige myndigheders forpligtelse til at tage ansvaret for og overvåge den offentlige sundhed. Som allerede bemærket i forbindelse med artikel 36 skal de begrænsninger, som bestemmelsen kan medføre for de frie varebevægelser, vurderes under hensyntagen til, at bestemmelsen ikke har direkte indflydelse på importen, finder anvendelse uden forskel på indenlandsk fremstillede og indførte varer og er begrænset med hensyn til de berørte drikkevarer og de reklamemidler, der ikke er tilladt.

Spørgsmålet om, hvorvidt reglen kan erstattes med en anden regel, må ifølge den selvstyrende region Catalonien besvares benægtende, og det af tilsvarende grunde som dem, der er fremført i forbindelse med artikel 36. Den omtvistede nationale bestemmelse er netop nødvendig med henblik på at nå det mål, der forfølges, navnlig fordi der er tale om en præventiv foranstaltning, som er begrundet i hensyn til den offentlige sundhed, hvorved der indføres begrænsninger af reklamemulighederne på steder, der henhører under den offentlige forvaltnings ansvarsområde, og som er offentligt tilgængelige (offentlige medier, offentlige transportmidler...) med henblik på at undgå, at reklamen når ud til publikum mod dets vilje og udifferentieret. En sådan indirekte og delvis begrænsende foranstaltning må have forrang for princippet om frie varebevægelser. Ingen anden foranstaltning vil kunne sættes i stedet.

Endelig er det ikke nødvendigt at henvise til undtagelsesbestemmelsen i Traktatens artikel 36 som begrundelse for den omtvistede regel. Det er tilstrækkeligt at henvise til Traktatens artikel 30 som et tvingende hensyn, der varetager det legitime formål, som beskyttelsen af den offentlige sundhed er.

3. *Kongeriget Belgien* har (i sag C-1/90) anført, at når det første spørgsmål bør besvares bekræftende, bør det andet spørgsmål også besvares bekræftende. Den har i den forbindelse henvist til Domstolens faste praksis, navnlig ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig.

Med hensyn til det tredje spørgsmål har Kongeriget Belgien understreget, at som det er tilfældet med alle grænser, kan også grænsen på 23% vol. forekomme vilkårlig. Den må dog antages at være begrundet dels ud fra det forhold, at nationale lovgiver vanskeligt kan undgå at gå gradvis frem inden for området (de 23% vol. svarer i praksis til grænsen mellem drikkevarer, som fremkommer ved gæring, og drikkevarer, som fremkommer ved destillation), dels ud fra et ønske om ikke at rette de unges opmærksomhed mod drikkevarer med et højt alkoholindhold.

For så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt den grænse, der er fastsat i catalansk lovgivning, er en skjult begrænsning af importen af alkoholholdige drikkevarer fra andre medlemsstater, har den belgiske regering erklæret, at den ikke råder over sådanne konkrete oplysninger, at den kan tage stilling hertil, men anført, at dette formentlig ikke er tilfældet, når det tages i betragtning, hvor mange spansk fremstillede drikkevarer, der rammes af det omtvistede reklameforbud. Selv om en opgørelse af forbruget af de indenlandsk fremstillede og indførte alkoholholdige drikkevarer, der er omfattet af bestemmelsen, måtte vise, at de indførte drikkevarer er i overtal, kan dette ikke i sig selv give grundlag for at antage, at bestemmelsen er en skjult begrænsning; i modsat fald ville en stat, hvor produktionen er nul eller beskeden, men ikke stater, hvor der fremstilles større mængder, være afskåret fra at træffe nogen foranstaltninger med henblik på forebyggelse af alkoholisme.

4. I forbindelse med besvarelsen af det andet spørgsmål har *Det Forenede Kongerige Storbritannien og Nordirland* (i sag C-176/90) fremhævet, at det er notorisk, at overdreven indtagelse af alkohol har mange og alvorlige medicinske og sociale følger, og at kontrollen med alkoholisme er et spørgsmål, der henhører under den offentlige sundhed. Ifølge regeringen kan en foranstaltning med henblik på begrænsning af reklamen for alkoholholdige drikkevarer være begrundet ud fra artikel 36, selv om den er en tilsidesættelse af Traktatens artikel 30.

En sådan foranstaltning skal endvidere være baseret på objektive faktorer, der har relation til den konkrete risikos karakter, og den skal stå i et rimeligt forhold til det formål, der forfølges. Det tilkommer den nationale retsinstans at afgøre dette spørgsmål på grundlag af detaljerede oplysninger om de særlige problemer, der i regionen Catalonien opstår på grund af alkohol. Ved afgørelsen af, hvilke omstændigheder der her er relevante, må man have in mente, at de såkaldt stærke drikke ikke i sig selv er farligere end drikkevarer med et lavere alkoholindhold, og at den alkohol, der er indeholdt i indførte drikkevarer, ikke adskiller sig fra lokalt fremstillet alkohol. Hvad der er skadeligt, er den indtagne mængde alkohol og ikke drikkevarens art. Det er derfor nødvendigt at undersøge forbrugsvanerne for alle alkoholholdige drikkevarer og herved undgå, at forfordele en bestemt sektor; spiritus indtages ofte i mindre mængder end andre former for alkohol og bør derfor ikke, fordi den af publikum opfattes som

særlige skadelig, udsættes for urimelige og ubegrundede begrænsninger. Som Domstolen fastslog i ovennævnte dom af 10. juli 1980, Kommissionen mod Frankrig, må en restriktiv lovgivning om reklame finde samme anvendelse på alle produkter, der har samme skadelige virkninger.

Med hensyn til det tredje præjudicielle spørgsmål har Det Forenede Kongeriges regering bemærket, at formålet med en bestemmelse om begrænsning af mulighederne for at reklamere for alkohol, som klart er begrundet ud fra hensyn til den offentlige sundhed, faktisk kan være at iværksætte en forskelsbehandling eller begrænse samhandelen mellem medlemsstaterne. Den nationale retsinstans må tage stilling til dette spørgsmål på grundlag af de oplysninger, som har ført til besvarelsen af de to foregående spørgsmål.

Endelig har Det Forenede Kongerige foreslået, at det andet og tredje præjudicielle spørgsmål besvares som følger:

»Et forbud mod at reklamere for drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. og derover, som, hvis det ikke er begrundet, ville være en tilsidesættelse af artikel 30, kan være begrundet i henhold til Traktatens artikel 36, første punktum, såfremt forbuddet er indført med henblik på beskyttelse af den offentlige sundhed, men kun, såfremt det kan bevises, at de risici, det medfører for den offentlige sundhed, er vurderet på grundlag af objektive faktorer, hvorved der tages hensyn til de risici, der er forbundet med alle alkoholholdige drikkevarer.

Forbuddet mod at reklamere for drikkevarer med et alkoholindhold på 23% vol. og derover, som ellers ville være begrundet ud fra hensyn til den offentlige sundhed, kan alligevel udgøre et middel til vilkårlig forskelsbehandling eller en skjult begrænsning af samhandelen (mellem medlemsstaterne); spørgsmålet om, hvorvidt dette faktisk er tilfældet, afhænger dog af en analyse af det relevante marked for drikkevarer og af alle de faktiske omstændigheder i den konkrete sag, en analyse, som det tilkommer den nationale retsinstans at foretage.«

5. I betragtning af forslaget til besvarelse af det første spørgsmål har *Kommissionen* anført, at det er ufornødent at se nærmere på Traktatens artikel 36 og dermed også at besvare det andet og tredje spørgsmål.

F. Grévisse
Refererende dommer