TIESAS SPRIEDUMS (virspalāta)

2004. gada 13. jūlijā *

Lieta C-262/02

Eiropas Kopienu Komisija, ko pārstāv H. van Līrs [*H. van Lier*], pārstāvis, kas norādīja adresi Luksemburgā,

prasītāja,

ko atbalsta

Lielbritānijas un Ziemeļīrijas Apvienotā Karaliste, ko pārstāv K. Manji [*K. Manji*], pārstāvis, kam palīdz K. Bīls [*K. Beal*], *barrister*,

persona, kas iestājusies lietā,

pret

Francijas Republiku, ko pārstāv Ž. de Bergess [*G. de Bergues*] un R. Lūsli-Surana [*R. Loosli-Surrans*], pārstāvji,

atbildētāja,

* Tiesvedības valoda — franču.

par prasību atzīt, ka, pieprasot Francijas televīzijas kanāliem, kas pārraida citā dalībvalstī notiekošus sporta pasākumus Francijā, iepriekš novērst alkoholisko dzērienu reklāmu, Francijas Republika nav izpildījusi tai ar EK līguma 59. pantu (jaunajā redakcijā pēc grozījumiem — EKL 49. pantu) uzliktos pienākumus.

TIESA (virspalāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs V. Skouris [*V. Skouris*], palātu priekšsēdētāji P. Janns [*P. Jann*] (referents), A. Ross [*A. Rosas*], K. Gulmans [*C. Gulmann*], Ž. P. Puisošē [*J.-P. Puissochet*] un H. N. Kunja Rodrigess [*J. N. Cunha Rodrigues*], tiesneši R. Šintgens [*R. Schintgen*], S. fon Bārs [*S. von Bahr*] un R. Silva de Lapuerta [*R. Silva de Lapuerta*],

ģenerāladvokāts A. Ticano [*A. Tizzano*],
sekretāre M. Muhika Arsamendi [*M. Múgica Arzamendi*], galvenā administratore,

ņemot vērā ziņojumu tiesas sēdē,

noklausījusies mutvārdu apsvērumus, ko tiesas sēdē 2003. gada 25. novembrī sniedza lietas dalībnieki: Komisija, ko pārstāv H. van Līrs un V. Vilss [*W. Wils*], pārstāvji; Francijas valdība, ko pārstāv Ž. de Bergess un R. Lūsli-Surana, pārstāvji; un Apvienotā Karaliste, ko pārstāv K. Manji, pārstāvis, kam palīdz P. Hariss [*P. Harris*], *barrister*,

noklausījusies ģenerāladvokāta secinājumus tiesas sēdē 2004. gada 11. martā,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Ar prasības pieteikumu, kas Tiesas kancelejā iesniegts 2002. gada 16. jūlijā, Eiropas Kopienu Komisija atbilstoši EK līguma 226. pantam cēla prasību nolūkā atzīt, ka, pieprasot Francijas televīzijas kanāliem, kas pārraida citā dalībvalstī notiekošus sporta pasākumus Francijā, iepriekš novērst alkoholisko dzērienu reklāmu, Francijas Republika nav izpildījusi EK līguma 59. panta (jaunajā redakcijā pēc grozījumiem — EKL 49. panta) prasības.

Atbilstošās tiesību normas

Galvenās tiesību normas

2 Ar 1991. gada 10. janvāra likumu Nr. 91-32 "Par cīņu pret atkarību no smēķēšanas un alkoholisma", tā saukto *"loi Evin"* (1991. gada 12. janvāra *JORF*, 6615. lpp., turpmāk tekstā — *loi Evin*), cita starpā tika grozīts *code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme* (Dzērienu izplatīšanas un pasākumu pret alkoholismu kodeksa) L.17 līdz L.21 pants, kas ierobežo vairāk nekā 1,2 % alkoholu saturošu dzērienu reklāmu.

3 Saskaņā ar minētajiem noteikumiem alkoholisko dzērienu tieša vai netieša televīzijas reklāma ir aizliegta; šis aizliegums tiek atkārtoti minēts 1992. gada 27. marta dekrēta Nr. 92-280 8. pantā; šis dekrēts tika pieņemts nolūkā piemērot 1986. gada 30. septembra likuma "Par komunikāciju brīvību un vispārīgajiem principiem par reklāmai un finansēšanai piemērojamo režīmu" (1992. gada 28. marta *JORF*, 4313. lpp.) 27. pantu.

4 Turpretī citus reklāmas veidus Francijas regulējums atļauj. Tāpat ir atļauts, piemēram, ievietot alkoholisko dzērienu reklāmu drukātajā presē, radio (izņemot atsevišķus raidlaikus) vai uz afišām un izkārtnēm, ieskaitot reklāmas stendus, kas izvietoti sporta kompleksos, utt.

5 *Loi Evin* pārkāpums Francijas krimināltiesībās ir kvalificējams kā "delikts".

Procesuālo tiesību normas

6 Saskaņā 42. panta pirmo daļu 1986. gada 30. septembra likumā Nr. 86-1067 "Par komunikāciju brīvību", tās saukto *"loi Léotard"* (1986. gada 1. oktobra *JORF*, 11755. lpp.), *Conseil supérieur de l'audiovisuel* (turpmāk tekstā — *CSA*) pārrauga *loi Evin* piemērošanu. *CSA* var mudināt televīzijas pakalpojumu sniedzējus ievērot savus pienākumus un gadījumos, kad tie nerīkojas saskaņā ar noteiktajām prasībām, pret tiem piemērot administratīvas sankcijas. Turklāt *CSA* var vērsties pie *Procureur de la Republique* (Republikas prokurora) par jebkuru izplatītāju izdarīto pārkāpumu.

Piemērošanas pasākumi

7 1995. gadā Francijas iestādes, t. i., *CSA*, kā arī *ministère de la Jeunesse et des Sports* (Jauniešu un sporta ministrija) un Francijas televīzijas kanāli, izstrādāja *code de bonne conduite* (Labas uzvedības kodeksu), kas publicēts *Bulletin officiel du ministère de la Jeunesse et des Sports* un ietver *loi Evin* interpretācijas noteikumus par tā piemērošanu ārvalstīs notiekošu sporta pasākumu pārraidēm (t. i., tiešai translācijai un retranslācijai), kuru laikā ir redzama alkoholisko dzērienu reklāma, piemēram, uz reklāmas stendiem vai sporta krekliem, un kas tādējādi ir uzskatāma par alkoholisko dzērienu netiešu televīzijas reklāmu minētā likuma izpratnē.

8 Neuzliekot juridiskas saistības, *code de bonne conduite* norāda, ka ārvalstīs notiekošiem starpvalstu, proti — starp 2 valstīm, pasākumiem, kas šajā kodeksā ir nosaukti kā "citi pasākumi", Francijas raidītājiem, kā arī visām pārējām Francijas tiesībām pakļautām trešajām personām (turpmāk tekstā kopā — "Francijas raidītāji"), kas nekontrolē televīzijas kadru nosacījumus, ir jāpielieto visi iespējamie līdzekļi, lai aizkavētu alkoholisko dzērienu preču zīmju parādīšanos raidījumā. Tādējādi Francijas raidītājiem brīdī, kad tie iegūst retranslācijas tiesības, ir jāinformē savi ārvalstu partneri par Francijas tiesību aktu prasībām un noteikumiem, kas paredzēti šajā kodeksā. Tāpat šim raidītājam no retranslācijas tiesību īpašnieka — cik vien tas materiālā ziņā ir iespējams — pirms sporta pasākuma pārraidīšanas ir jāuzzina par reklāmu sporta pasākuma notikuma vietā. Visbeidzot, minētajiem raidītājiem jāpiemēro pieejamie tehniskie līdzekļi, lai izvairītos no alkoholisko dzērienu reklāmas stendu parādīšanās ekrānā.

9 Attiecībā uz ārvalstīs notiekošiem daudznacionāliem pasākumiem Francijas raidītājus nevar turēt aizdomās par to, ka tie labvēlīgi izturas pret reklāmu, kas parādās ekrānā, kamēr tie pārraida attēlus, kuru uzņemšanu viņi nekontrolē.

10 Pamata prāvā piemērojamā redakcijā *code de bonne conduite* nosaka, ka daudznacionālus pasākumus, "kuru attēli tiek retranslēti daudzās valstīs, nevar uzskatīt par adresētiem galvenokārt Francijas publikai". Turpretī starpvalstu pasākumi ir definēti kā "citi ārvalstīs notiekoši pasākumi, izņemot iepriekš minētos pasākumus, kuru retranslācija ir adresēta īpaši Francijas publikai".

11 No lietas materiāliem izriet, ka vienlaikus ar *code de bonne conduite* izstrādi *CSA* lūdza Francijas raidītājus, lai tie vai nu pieprasa novākt alkoholisko dzērienu reklāmas stendus, vai arī vispār atturas no attiecīgā sporta pasākuma retranslācijas. Vismaz vienā gadījumā *CSA* vērsās pie *procureur de la République*, lai tas uzsāktu kriminālvajāšanu pret vienu no Francijas raidītājiem. Kopš minētā kodeksa pieņemšanas *CSA* 1996. gada oktobrī ir cēlusi prasību tikai pret vienu raidītāju.

Pirmstiesas procedūra

12 Pēc tam, kad Francijas Republikai tika dota iespēja sniegt savus apsvērumus, Komisija 1996. gada 21. novembrī nosūtīja tai argumentētu atzinumu, norādot, ka, pēc tās domām, Francijā tirgotu alkoholisko dzērienu reklāmu aizliegums televīzijā, ciktāl tas attiecas uz netiešu televīzijas reklāmu, kuras rezultātā dažu sporta pasākumu retranslācijas laikā uz ekrāna parādās reklāmas stendi, ir pretrunā pakalpojumu sniegšanas brīvībai. Minētā dalībvalsts tika aicināta pieņemt vajadzīgos pasākumus, lai divu mēnešu laikā pēc argumentētā atzinuma saņemšanas nodrošinātu atbilstību tajā izvirzītajām prasībām.

13 Vēlāk Komisijas un Francijas iestāžu sadarbība turpinājās un pēdējās minētās iestādes izdarīja vairākus labojumus *code de bonne conduite.*

14 Tomēr Komisija, konstatējusi, ka, piemērojot *loi Evin*, joprojām pastāv praktiskas problēmas un ka Francijas iestāžu piedāvātie grozījumi nenovērš šīs grūtības, cēla prasību par valsts pienākumu neizpildi.

15 Ar 2002. gada 3. decembra Tiesas priekšēdētāja rīkojumu Lielbritānijas un Ziemeļīrijas Apvienotajai Karalistei atbilstoši Tiesas Statūtu 37. panta 1. daļai un Reglamenta 93. panta 1. punktam tika piešķirtas tiesības iestāties lietā Komisijas prasījumu atbalstam.

Par prasību

16 Komisija izvirza vienu vienīgu prasības pamatu, ar ko tā norāda, ka Francijas tiesību normas, kas aizliedz Francijā tirgotu alkoholisko dzērienu reklāmu televīzijā, ciktāl tas attiecas uz netiešu televīzijas reklāmu, kuras rezultātā dažu sporta pasākumu retranslācijas laikā uz ekrāna parādās reklāmas stendi (turpmāk tekstā — "attiecīgais televīzijas reklāmas tiesiskais režīms"), nav saderīgas ar EK līguma 59. pantu.

Lietas dalībnieku argumenti

17 Komisija un Lielbritānijas valdība norāda, ka EK līguma 59. pants iestājas pret Francijas televīzijas reklāmas tiesisko režīmu.

18 Minētais tiesiskais režīms ierobežo reklāmas un televīzijas programmu raidīšanas pakalpojumu sniegšanas brīvību.

19 Turklāt, pat ja principā šīs tiesību normas var attaisnot, balstoties uz sabiedrības veselības aizsardzības apsvērumiem, kā tas noteikts EK līguma 56. panta 1. punktā (jaunajā redakcijā pēc grozījumiem — EKL 46. panta 1. punktā), kas skatāms kopā ar EK līguma 66. pantu (jaunajā redakcijā pēc grozījumiem — EKL 55. pantu), tomēr šāds tiesiskais režīms nav samērīgs.

20 Francijas valdība savukārt uzskata, ka Francijas televīzijas reklāmas tiesiskais režīms nav pretrunā Līguma 59. pantam.

21 Pat ja minētais režīms ietver ierobežojumu EK līguma 59. panta izpratnē, katrā gadījumā tas ir attaisnojams ar sabiedrības veselības aizsardzības mērķi un vajadzību izvairīties no tā, ka tiek apietas piemērojamās tiesību normas. Turklāt Francijas valdība uzskata, ka šāds tiesiskais režīms ir samērīgs ar izvirzītajiem mērķiem.

Tiesas apsvērumi

22 EK līguma 59. pants pieprasa aizliegt jebkuru pakalpojumu sniegšanas brīvības ierobežojumu pat tad, ja šis ierobežojums vienlīdz piemērojams gan valsts, gan citu dalībvalstu pakalpojumu sniedzējiem un ja tas aizliedz vai kā citādi apgrūtina pakalpojumu sniegšanas brīvību personām, kas dzīvo citā dalībvalstī vai sniedz tur tiesiski analogus pakalpojumus (šajā sakarā skat. 1991. gada 25. jūlija spriedumu lietā *Säger*, *Recueil 1991*, I-4221. lpp., 12. punkts, un 2000. gada 3. oktobra spriedumu lietā *Corsten*, *Recueil 2000*, I-7919. lpp., 33. punkts). Turklāt no pakalpojumu sniegšanas brīvības ieguvējs ir gan pakalpojumu sniedzējs, gan saņēmējs (šajā sakarā skat. 1984. gada 31. janvāra spriedumu lietās 286/82 un 26/83 *Luisi* un *Carbone*, *Recueil 1984*, 377. lpp., 16. punkts).

23 Tomēr, tā kā nepastāv Kopienu saskaņošanas pasākumi, pakalpojumu sniegšanas brīvību var ierobežot ar valsts noteikumiem, pamatojoties uz EK līguma 56. panta 1. punktā minētajiem iemesliem, lasot to kopā ar EK līguma 66. pantu, vai vispārīgo interešu imperatīviem iemesliem (šajā sakarā skat. 2003. gada 6. novembra spriedumu lietā *Gambelli* u. c., *Recueil*, I-13031, 60. punkts).

24 Šajā kontekstā dalībvalstu kompetencē ir noteikt līmeni, kādā tās vēlas nodrošināt sabiedrības veselības aizsardzību, un veidu, kādā šis līmenis sasniedzams. Tomēr dalībvalstīm ir jāievēro Līgumā noteiktās robežas un jo īpaši samērīguma princips (skat. 1991. gada 25. jūlija spriedumu lietās C-1/90 un C-176/90 *Aragonesa de Publicidad Exterior* un *Publivía*, *Recueil 1991*, I-4151. lpp., 16. punkts), kas nosaka, ka pieņemtajiem pasākumiem ir jāatbilst nospraustō mērķu īstenošanai un tie nedrīkst pārsniegt mērķa sasniegšanai vajadzīgās robežas (skat. iepriekš minēto spriedumu *Säger*, 15. punkts; 1999. gada 23. novembra spriedumu lietās un *Arblade* u. c., *Recueil 1999*, I-8453. lpp., 35. punkts; iepriekš minēto spriedumu *Corsten*, 39. punkts; un 2002. gada 22. janvāra spriedumu lietā *Canal Satélite Digital*, *Recueil 2002*, I-607. lpp., 33. punkts).

25 Tā kā šajā gadījumā nepastāv Kopienu saskaņošanas pasākumi, tad nolūkā pārbaudīt Komisijas izvirzītās prasības pamatotību secīgi ir jāpārbauda trīs punkti, proti: vai pastāv ierobežojums Līguma 59. panta izpratnē, vai pastāv iespēja pamatot attiecīgo Francijas televīzijas reklāmas tiesisko režīmu, ņemot vērā minētā Līguma 56. panta 1. punktu, kas lasāms kopā ar Līguma 66. pantu, un vai šis tiesiskais režīms ir samērīgs.

26 Pirmkārt ir jākonstatē, ka Francijas televīzijas reklāmas tiesiskais režīms veido pakalpojumu sniegšanas brīvības ierobežojumu EK līguma 59. panta izpratnē. Faktiski minētais tiesiskais režīms, no vienas puses, ierobežo pakalpojumu sniegšanas brīvību reklāmas jomā, jo reklāmas stendu īpašniekiem preventīvi ir jānoraida visu alkoholisko dzērienu reklāma, ja pastāv iespēja, ka sporta pasākums tiks retranslēts Francijā. No otras puses, tas pats tiesiskais režīms kavē pakalpojumu sniegšanu, proti, televīzijas programmu pārraidi. Francijas raidītājiem ir jāatsakās no visu to sporta pasākumu retranslācijas, kuru laikā ir redzami reklāmas stendi, uz kuriem ir izvietota Francijā tirgotu alkoholisko dzērienu reklāma. Turklāt sporta pasākumu organizētāji, kas darbojas ārpus Francijas, nevar pārdot retranslācijas tiesības Francijas raidītājiem, ja šiem sporta pasākumiem veltītās televīzijas programmas pārraidē varētu parādīties netieša minēto alkoholisko dzērienu televīzijas reklāma.

27 Šajā sakarā Francijas valdības argumentācija, saskaņā ar kuru minētais televīzijas reklāmas tiesiskais režīms neveido "ierobežojumu" EK līguma 59. panta izpratnē, nav pieņemama.

28 Lai gan pastāv tehniskas iespējas, kas ļauj nodrošināt skatus ar precīzi aizklātiem alkoholisko dzērienu reklāmas stendiem, taču, kā to tiesas sēdē atzina arī Francijas

valdība, šādu tehnisku iespēju lietošana Francijas raidītājiem radīs lielas papildu izmaksas.

29 Attiecībā uz argumentu, ka minētais Francijas televīzijas reklāmas tiesiskas režīms attiecas ne tikai uz ārvalstīs, bet arī uz Francijā ražotiem alkoholiskajiem dzērieniem, ciktāl tie tiek izplatīti Francijā, pietiek atgādināt, ka saistībā ar pakalpojumu sniegšanas brīvību šajā gadījumā svarīga ir tikai minētā pakalpojuma izcelsme.

30 Otrkārt ir jākonstatē, kā to savu secinājumu 69. punktā norāda ģenerāladvokāts, ka Francijas televīzijas reklāmas tiesiskā režīma mērķis ir veselības aizsardzība EK līguma 56. panta 1. punkta izpratnē. Pasākumi, kas ierobežo alkoholisko dzērienu reklāmu un kas veicina cīņu pret atkarību no alkohola, atbilst sabiedrības veselības aizsardzības mērķim (skat. 1980. gada 10. jūlija spriedumu lietā 152/78 Komisija/Francija, *Recueil 1980,* 2299. lpp., 17. punkts; iepriekš minēto spriedumu lietā *Aragonesa de Publicidad Exterior* un *Publivía*, 15. punkts, un 2001. gada 8. marta spriedumu lietā *Gourmet International Products*, *Recueil 2001*, I-1795. lpp., 27. punkts).

31 Treškārt tāpat ir jākonstatē, ka Francijas televīzijas reklāmas tiesiskajam režīmam ir jāatbilst nosprausto sabiedrības veselības aizsardzības mērķu īstenošanai. Turklāt tas nepārsniedz mērķa sasniegšanai vajadzīgo. Šis tiesiskais režīms tik tiešām ierobežo

situācijas, kad alkoholisko dzērienu reklāmas stendi var parādīties televīzijā, un tādējādi tas var samazināt tādu ziņojumu pārraides gadījumu skaitu, kurās televīzijas skatītājs varētu tikt mudināts lietot alkoholiskos dzērienus.

32 Šajā sakarā Komisijas un Lielbritānijas argumentācija, saskaņā ar kuru minētais tiesiskais režīms nav samērīgs, nav pieņemama.

33 Faktiski attiecībā uz argumentu, saskaņā ar kuru Francijas televīzijas reklāmas režīms ir nekonsekvents, jo tas ir piemērojams tikai tādiem alkoholiskiem dzērieniem, kuru alkohola saturs pārsniedz 1,2 %, un tas attiecas tikai uz televīzijas reklāmu un nav piemērojams tabakas reklāmai, pietiek norādīt, ka tā ir dalībvalstu kompetence — noteikt, kādā līmenī tās vēlas nodrošināt veselības aizsardzību un kādā veidā šis līmenis ir sasniedzams (skat. iepriekš minētā sprieduma lietā *Aragonesa de Publicidad Exterior* un *Publivía* 16. punktu).

34 Attiecībā uz argumentu, saskaņā ar kuru minētā tiesiskā režīma rezultātā dažus sporta pasākumus praktiski vispār nevar pārraidīt, lai gan, saskaņā ar ģenerāladvokāta secinājumu 103. un 104. punktā sniegtajiem pamatojumiem, ņemot vērā, no vienas puses, patlaban pieejamos tehniskos līdzekļus un, no otras puses, to ārkārtīgi augstās izmaksas, pastāv arī mazāk radikāli līdzekļi veselības aizsardzības nodrošināšanai, ir jākonstatē, ka šobrīd nepastāv nekādi mazāk radikāli līdzekļi, kas ļauj izslēgt vai padarīt neatpazīstamu alkoholisko dzērienu netiešu reklāmu televīzijā, kas redzama uz stendiem sporta pasākumu retranslācijas laikā. Tā kā šī reklāma televizora ekrānā parādās tikai sporādiski un tikai uz dažām sekundēm, tad nav iespējams ne kontrolēt tās saturu, ne arī, tai parādoties uz ekrāna, vienlaicīgi ievietot brīdinājuma norādi par alkohola pārmērīgas lietošanas bīstamību.

35 Attiecībā uz argumentu, saskaņā ar kuru Francijas televīzijas reklāmas tiesiskā režīma rezultātā alkoholisko dzērienu televīzijas reklāma ir atļauta gadījumos, kad Francijas skatītāju skaits ir ļoti liels (daudznacionāli pasākumi), bet šāda reklāma ir aizliegta, kad Francijas skatītāju skaits ir mazāks (starpvalstu pasākumi, proti, starp divām valstīm), ir jākonstatē, ka, ierobežojot tādas netiešās reklāmas aizliegumu, kas tiek pārraidīta īpaši Francijas publikai adresētu sporta pasākumu laikā, kuru laikā reklāma ir piemērota, lai uzrunātu tieši šo publiku, var panākt, ka tiek mazināta šķēršļa iedarbība uz pakalpojumu sniegšanas brīvību, un tādējādi padarīt šo aizliegumu par samērīgu ar izvirzīto mērķi.

36 Tas pats attiecas uz argumentu, saskaņā ar kuru attiecīgais Francijas televīzijas reklāmas tiesiskais režīms praktiski ir piemērojams tikai Francijā tirgotiem alkoholiskajiem dzērieniem. Ierobežojot aizlieguma piemērošanu tikai Francijā tirgotiem produktiem un tādējādi samazinot šī aizlieguma piemērošanas jomu, tiek mazināta šķēršļa iedarbība uz pakalpojumu sniegšanas brīvību un tādējādi šis aizliegums tiek padarīts par samērīgu ar izvirzīto mērķi.

37 Attiecībā uz argumentu, saskaņā ar kuru dažās dalībvalstīs alkoholisko dzērienu reklāma ir atļauta, ir jākonstatē — līdzīgi tam, ko norāda ģenerāladvokāts savu secinājumu 106. punktā, — ka fakts, ka viena dalībvalsts pieņem mazāk stingrus noteikumus nekā otra, nenozīmē, ka šīs otrās valsts noteikumi nav samērīgi (1995. gada 10. maija spriedums lietā C-384/93 *Alpine Investments*, *Recueil 1995*, I-1141. lpp., 51. punkts).

38 Attiecībā uz argumentu, atbilstoši kuram Francijas reklāmas tiesiskā režīma piemērošana, ņemot vērā citā dalībvalstī jau spēkā esošu procedūru ietvaros veikto kontroli, varētu novest pie dubultas kontroles, ir jākonstatē — līdzīgi ģenerāladvo-

kāta secinājumu 105. punktā paustajam, — ka sporta pasākumu Francijā var pārraidīt nekontrolējot, ja dalībvalsts, kurā tas notiek, aizliedz alkoholisko dzērienu reklāmas laukumu attēlu pārraidi. Turpretī, ja dalībvalstī, kurā notiek sporta pasākums, šāds aizliegums nepastāv, tad Francijas iestāžu veiktā pārbaude būs vienīgā.

39 Visbeidzot, kas attiecas uz argumentu, saskaņā ar kuru dažas minētās tiesiskā režīma normas ir neviennozīmīgas, atbilstoši ģenerāladvokāta secinājumu 91. punktā minētajiem pamatojumiem ir jākonstatē, ka tās ir pietiekami skaidras un precīzas. Faktiski šāds televīzijas reklāmas tiesiskais režīms attiecīgajiem televīzijas raidītājiem pietiekami skaidri nosaka gadījumus, kad sporta pasākumu retranslācija ir aizliegta.

40 No iepriekš minētajiem apsvērumiem izriet, ka šādos apstākļos vienīgais Komisijas prasības pamats nav pieņemams un līdz ar to arī prasība ir noraidāma.

Par tiesāšanās izdevumiem

41 Atbilstoši Reglamenta 69. panta 2. punktam, lietas dalībniekam, kam spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā Francijas Republika ir prasījusi piespriest Komisijai atlīdzināt izdevumus un tā kā Komisijai spriedums ir nelabvēlīgs, tad ir jāpiespriež Komisijai atlīdzināt izdevumus. Saskaņā ar šā paša panta 4. punkta pirmo daļu Lielbritānija sedz savus izdevumus pati.

Ar šādu pamatojumu

TIESA (virspalāta)

nospriež:

1) **prasību noraidīt;**

2) **Eiropas Kopienu Komisija atlīdzina tiesāšanās izdevumus;**

3) **Lielbritānijas un Ziemeļīrijas Apvienotā Karaliste sedz savus tiesāšanās izdevumus pati.**

Skouris	Jann	Rosas
Gulmann	Puissochet	Cunha Rodrigues
Schintgen	von Bahr	Silva de Lapuerta

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2004. gada 13. jūlijā.

Sekretārs

R. Grass

Priekšsēdētājs

V. Skouris