A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (nagytanács)

2004. július 13. *

A C-262/02. sz. ügyben,

az **Európai Közösségek Bizottsága** (képviseli: H. van Lier, meghatalmazotti minőségben, kézbesítési cím: Luxembourg)

felperesnek,

támogatja:

Nagy-Britannia és Észak-Írország Egyesült Királysága (képviseli: K. Manji, meghatalmazotti minőségben, segítője: K. Beal barrister)

beavatkozó,

a **Francia Köztársaság** (képviseli: G. de Bergues és R. Loosli-Surrans, meghatalmazotti minőségben)

alperes ellen

* Az eljárás nyelve: francia.

annak megállapítása iránt benyújtott keresete tárgyában, miszerint azzal, hogy a francia televíziós csatornák által a más tagállamok területén zajló sportesemények Franciaországban történő, televíziós közvetítését attól tették függővé, hogy az alkoholtartalmú italok reklámjait előzetesen eltávolították-e, a Francia Köztársaság nem teljesítette az EK-Szerződés 59. cikke (jelenleg, módosítást követően, EK 49. cikk) alapján fennálló kötelezettségeit,

A BÍRÓSÁG (nagytanács),

tagjai: V. Skouris elnök, P. Jann (előadó), A. Rosas, C. Gulmann, J.-P. Puissochet és J. N. Cunha Rodrigues tanácselnökök, R. Schintgen, S. von Bahr és R. Silva de Lapuerta bírák,

főtanácsnok: A. Tizzano,
hivatalvezető: M. Múgica Arzamendi főtanácsos,

figyelembe véve a tárgyalásra készített jelentést,

a felek szóbeli előterjesztéseinek a 2003. november 25-i tárgyaláson történt meghallgatását követően, melynek során a Bizottságot H. van Lier és W. Wils, meghatalmazotti minőségben, a Francia Köztársaságot G. de Bergues és R. Loosli-Surrans, az Egyesült Királyságot K. Manji, segítője: P. Harris barrister, képviselte,

a főtanácsnok indítványának a 2004. március 11-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

1 A Bíróság Hivatalához az EK 226. cikk alapján 2002. július 16-án benyújtott keresetlevelében az Európai Közösségek Bizottsága annak megállapítására irányuló keresetet nyújtott be, miszerint azzal, hogy a francia televíziós csatornák által a más tagállamok területén zajló sportesemények Franciaországban történő, televíziós közvetítését attól tették függővé, hogy az alkoholtartalmú italok reklámjait előzetesen eltávolították-e, a Francia Köztársaság nem teljesítette az EK-Szerződés 59. cikke (jelenleg, módosítást követően, EK 49. cikk) alapján fennálló kötelezettségeit.

Jogi háttér

Anyagi szabályok

2 A dohányzás és az alkoholizmus elleni küzdelemről szóló, 1991. január 10-i 91-32. sz. törvény, az úgynevezett „»Evin«-törvény" (JORF 1991. január 12., 615. o., a továbbiakban: „Evin-törvény") különösen az italforgalmazási kódexnek az 1,2 foknál magasabb alkoholtartalmú italok reklámozását korlátozó L. 17. – L. 21. cikkét módosította.

3 Az említett rendelkezések szerint, tilos az alkoholtartalmú italok közvetlen vagy közvetett televíziós reklámja, mely tilalmat egyébként a közlési szabadságról szóló, valamint a reklámokra és a szponzorációra irányadó szabályozás általános elveit rögzítő 1986. szeptember 30-i törvény 27. cikke végrehajtására hozott 1992. március 27-i, 92-280. sz. rendelet 8. cikke (JORF 1992. március 28., 4313. o.) megismétel.

4 Ezzel szemben a francia szabályozás a reklám egyéb formáit engedélyezi. Így például megengedett az alkoholtartalmú italok reklámozása az írott sajtóban, a rádióban (bizonyos időszakok kivételével) vagy plakátokon, illetve cégtáblákon, ideértve a sportlétesítményekben elhelyezett reklámtáblákat, stb.

5 Az Evin-törvény megszegését a francia büntetőjog „vétségnek" minősíti.

Eljárási szabályok

6 A közlésszabadságról szóló 1986. szeptember 30-i 86-1067. sz. törvény, az úgynevezett „»Léotard«-törvény" (JORF 1986. október 1., 11755. o.) 42. cikke első bekezdése szerint a Conseil supérieur de l'audiovisuel (legfelsőbb audiovizuális tanács) (a továbbiakban: CSA) feladata az Evin-törvény alkalmazásának ellenőrzése. E körben a CSA felhívhatja a televíziós szolgáltatások terjesztőit kötelezettségeik teljesítésére, és közigazgatási szankciókat szabhat ki velük szemben, amennyiben nem tesznek eleget a számukra megállapított követelményeknek. Egyéb esetben a CSA a műsorterjesztők által elkövetett valamennyi szabálysértéssel a procureur de la République-hez (államügyész) fordulhat.

Végrehajtási intézkedések

7 1995-ben a francia hatóságok, nevezetesen a CSA, a ministère de la Jeunesse et des Sports (ifjúsági és sportminisztérium), valamint a francia televíziócsatornák egy, a *Bulletin officiel du ministère de la Jeunesse et des Sports*-ban megjelent etikai kódexet dolgoztak ki, amely az Evin-törvény előírásait azon esetre történő alkalmazásuk vonatkozásában értelmezte, amikor a külföldön zajló sportesemények televíziós közvetítése (vagyis közvetlen közvetítése vagy továbbközvetítése) során alkoholtartalmú italok reklámjai láthatók, például reklámtáblákon vagy sportmezeken, és amelyek következésképpen alkoholtartalmú italoknak — az említett törvény szerinti — közvetett televíziós reklámját valósíthatják meg.

8 Noha jogi kötőerővel nem bír, az etikai kódex rögzíti, hogy a külföldön két ország részvételével zajló események – melyeket a kódex „egyéb eseményeknek" nevez — esetében azon francia műsorszolgáltatók, továbbá a francia jog hatálya alá tartozó valamennyi egyéb fél (a továbbiakban együtt: francia műsorszolgáltatók), melyek nem képesek befolyásolni a felvételkészítés körülményeit, kötelesek az alkoholtartalmú italok kereskedelmi megjelöléseinek műsorban történő megjelenését a rendelkezésre álló eszközök felhasználnálásával megakadályozni. Így a francia műsorszolgáltató a továbbközvetítési jog megszerzésekor köteles külföldi partnereit a francia jogszabályi követelményekről és az említett kódexben szereplő szabályokról tájékoztatni. A műsorszolgáltató – anyagi lehetőségei szerint és a sportesemény közvetítését megelőzően — ugyanígy köteles a továbbközvetítési jog jogosultjánál tájékozódni a sportesemény helyszínén megjelenő reklámokról. Végül, az említett műsorszolgáltató köteles a rendelkezésre álló műszaki eljárásokat akként felhasználni, hogy elkerülje az alkoholtartalmú italok reklámtábláinak televíziós megjelenését.

9 Ezzel szemben a francia műsorszolgáltatók nem gyanúsíthatók összejátszással a külföldön, több ország részvételével zajló események során a képernyőn feltűnő reklámok vonatkozásában, ha olyan képeket közvetítenek, amelyek felvételkészítési körülményeit nem képesek befolyásolni.

10 Az etikai kódex jelen jogvitában alkalmazandó változata a több ország részvételével zajló eseményeket úgy határozta meg, mint „amelyeknek képeit számos országban közvetítik tovább, és amelyek nem elsődlegesen a francia közönségnek szólnak". A két ország részvételével zajló eseményeket a következőképpen határozta meg: „az előző esettől eltérő, külföldön zajló események, amennyiben a továbbközvetítés kifejezetten a francia közönséget célozza".

11 Az ügyiratokból kitűnik, hogy a CSA — az etikai kódex kidolgozásán túlmenően — lépéseket tett a francia műsorszolgáltatóknál annak elérése érdekében, hogy azok vagy követeljék meg az alkoholtartalmú italok reklámtábláinak kitiltását, vagy teljes egészében tagadják meg a kérdéses esemény továbbközvetítését. Az említett szervezet legalább egy ízben a procureur de la République-hez fordult avégett, hogy ez utóbbi indítson eljárást az egyik francia műsorszolgáltatóval szemben. Ugyanakkor az említett kódex elfogadása óta a CSA mindössze egyetlen műsorszolgáltatóval szemben járt el, 1996 októberében.

A perindítást megelőző eljárás

12 Miután a Bizottság lehetőséget biztosított a Francia Köztársaságnak észrevételei megtételére, 1996. november 21-én indokolással ellátott véleményt intézett hozzá, amelyben kifejtette, hogy a Franciaországban forgalmazott alkoholtartalmú italok televíziós reklámjainak tilalma – amennyiben a két ország közötti, más tagállamok területén zajló sportesemények továbbközvetítése során látható reklámtáblák képernyőn való feltűnésével megvalósuló közvetett televíziós reklámra vonatkozik — álláspontja szerint összeegyeztethetetlen a szolgáltatásnyújtás szabadságával. Ezenkívül felhívta az említett tagállamot, hogy az indokolással ellátott véleményben foglalt szükséges intézkedéseket a kézbesítéstől számított két hónapon belül tegye meg.

13 Ezt követően a Bizottság és a francia hatóságok közötti kapcsolattartás folytatódott, és ez utóbbiak különböző módosításokat hajtottak végre az etikai kódexen.

14 Mindazonáltal, miután a Bizottság megállapította, hogy az Evin-törvény alkalmazásával kapcsolatosan gyakorlati problémák merülnek fel, és hogy a francia hatóságok által javasolt módosítások nem alkalmasak ezek orvoslására, úgy határozott, hogy benyújtja a kötelezettségszegés megállapítása iránti jelen keresetét.

15 A Bíróság elnöke 2002. december 3-i végzésével a Bíróság alapokmánya 37. cikke első bekezdése és az eljárási szabályzat 93. cikke (1) bekezdése alapján engedélyezte, hogy Nagy-Britannia és Észak-Írország Egyesült Királysága a Bizottság mellett beavatkozzék.

A keresetről

16 Keresete alátámasztására a Bizottság egyetlen jogalapot jelöl meg, miszerint a Franciaországban forgalmazott alkoholtartalmú italok hirdetőtábláinak — más tagállamok területén zajló, két ország közötti sportesemények továbbközvetítése során — képernyőn történő feltüntetésével megvalósuló, közvetett televíziós reklámozás tilalmát kimondó francia szabályozás (a továbbiakban: a szóban forgó televíziósreklám-szabályozás) összeegyeztethetetlen a Szerződés 59. cikkével.

A felek érvei

17 A Bizottság és az Egyesült Királyság kormánya azt állítják, hogy a francia televíziósreklám-szabályozás ellentétben áll a Szerződés 59. cikkével.

18 Az említett szabályozás ugyanis korlátozza a reklámszolgáltatás és televíziós műsorszolgáltatás nyújtásának szabadságát.

19 Ezen túlmenően, noha egy ilyen szabályozás – ahogy azt az EK-Szerződésnek az EK-Szerződés 66. cikkével (jelenleg EK 55. cikk) együtt értelmezett 56. cikke (1) bekezdése (jelenleg, módosítását követően, EK 46. cikk (1) bekezdése) megengedi — közegészség-védelmi okokból elvileg indokolt lehet, ugyanakkor aránytalan.

20 Ezzel szemben a francia televíziósreklám-szabályozás — a francia kormány szerint — nem ellentétes a Szerződés 59. cikkével.

21 Ugyanis, jóllehet az említett szabályozás a Szerződés 59. cikke szerinti korlátozást valósít meg, a közegészség védelme és annak elkerülése, hogy a hatályos szabályozást kijátsszák, mindenképpen indokolja azt. Ezen túlmenően, a francia kormány szerint a szabályozás az elérni kívánt célokkal arányos.

A Bíróság álláspontja

22 A Szerződés 59. cikke előírja a szolgáltatásnyújtás szabadságára irányuló minden olyan korlátozás eltörlését – még abban az esetben is, ha a korlátozás megkülönböztetés nélkül alkalmazandó a saját vagy más tagállamok szolgáltatásnyújtóira –, amely megakadályozná vagy egyébként zavarná egy olyan más tagállamban letelepedett szolgáltatásnyújtó tevékenységét, ahol jogszerűen nyújtanak hasonló szolgáltatásokat (lásd, e tekintetben, a C-76/90. sz. Säger-ügyben 1991. július 25-én hozott ítélet 12. pontját [EBHT 1991., I-4221. o.] és a C-58/98. sz. Corsten-ügyben 2000. október 3-án hozott ítélet 33. pontját [EBHT 2000., I-7919. o.]. Egyébként a szolgáltatásnyújtás szabadsága mind a szolgáltatás nyújtóját, mind annak igénybevevőjét megilleti (lásd, e tekintetben, a 286/82. és 26/83. sz. Luisi és Carbone ügyben 1984. január 31-én hozott ítélet 16. pontját [EBHT 1984., 377. o.]).

23 Ugyanakkor közösségi harmonizációs intézkedések hiányában a Szerződés 66. cikkével együtt értelmezett 56. cikke (1) bekezdésében szereplő okok által vagy a nyomós közérdekkel indokolt nemzeti szabályozások (lásd e tekintetben a C-243/01. sz. Gambelli és társai ügyben 2003. november 6-án hozott ítélet 60. pontját [az EBHT-ban még nem tették közzé]) korlátozhatják a szolgáltatásnyújtás szabadságát.

24 Ebben az összefüggésben a tagállamok jogosultak arra, hogy meghatározzák a biztosítani kívánt közegészség-védelmi szintet, illetve hogy e szintet milyen módon kell elérni. Ugyanakkor ezt kizárólag a Szerződés által kijelölt korlátok között és különösen az arányosság elvének tiszteletben tartása mellett tehetik meg (lásd a C-1/90. és C-176/90. sz. Aragonesa de Publicidad Exterior és Publivía ügyben 1991. július 25-én hozott ítélet 16. pontját [EBHT 1991., I-4151. o.]), mely utóbbi megköveteli, hogy az elfogadott intézkedések alkalmasak legyenek az elérni kívánt célkitűzés megvalósítására, és ne lépjenek túl az eléréséhez szükséges mértéken (lásd különösen a hivatkozott Säger-ítélet 15. pontját; a C-369/96. és C-376/96. sz. Arblade és társai ügyben 1999. november 23-án hozott ítélet 35. pontját [EBHT 1999., I-8453. o.]; a hivatkozott Corsten-ítélet 39. pontját; és a C-390/99. sz. Canal Satélite Digital-ügyben 2002. január 22-én hozott ítélet 33. pontját [EBHT 2002., I-607. o.]).

25 Jelen esetben, tekintettel arra, hogy a tárgyban nem léteznek közösségi harmonizációs intézkedések, a Bizottság által megjelölt jogalap megalapozottságának értékelésekor három pontot kell tehát egymás után megvizsgálni, nevezetesen egy, a Szerződés 59. cikke szerinti korlátozás meglétét, a szóban forgó francia televíziósreklám-szabályozásnak az említett Szerződés 66. cikkével együtt értelmezett 56. cikke (1) bekezdése alapján történő indokolhatóságát és a szabályozás arányosságát.

26 Először is, meg kell állapítani, hogy a francia televíziósreklám-szabályozás a szolgáltatásnyújtás szabadságának — a Szerződés 59. cikke szerinti — korlátozását valósítja meg. Az említett szabályozás ugyanis magában foglalja egyrészt a reklámszolgáltatás-nyújtás szabadságának korlátozását, amennyiben a reklámtáblák tulajdonosainak — megelőző jelleggel — el kell utasítaniuk az alkoholtartalmú italoknak a Franciaországban továbbközvetíthető sportesemények során bármely formában történő hirdetését. Másrészt, ugyanezen szabályozás akadályozza a televíziós műsorszolgáltatás nyújtását. A francia műsorszolgáltatók ugyanis kötelesek elutasítani minden olyan sportesemény továbbközvetítését, melynek során Franciaországban forgalmazott alkoholtartalmú italok reklámjait hordozó reklámtáblák lennének láthatók. Ráadásul a Franciaországon kívül zajló sportesemények szervezői a továbbközvetítési jogot nem adhatják el francia műsorszolgáltatóknak, mivel az ezen eseményeknek szentelt televízió-műsorok elosztása magában foglalhatja az említett alkoholtartalmú italok közvetett televíziós reklámját.

27 E tekintetben a francia kormány által az említett szabályozás — a Szerződés 59. cikke értelmében vett — „korlátozásként" való minősítésének elhárítására előadott érvelés nem fogadható el.

28 Jóllehet igaz, hogy léteznek az alkoholtartalmú italok reklámjait hordozó táblákon látható képek célzott eltorzítását lehetővé tévő műszaki megoldások, ezek

alkalmazása ugyanakkor – ahogy azt a francia kormány a tárgyalás során elismerte — a francia műsorszolgáltatókat terhelő jelentős többletköltségeket von maga után.

29 Azzal az érvvel kapcsolatosan, hogy a szóban forgó francia televíziósreklám-szabályozás — nem diszkriminatív módon — nem csupán a Franciaországban gyártott, hanem a francia területen forgalmazott, bármely eredetű alkoholtartalmú italokra vonatkozott, elegendő emlékeztetni arra, hogy jelen esetben a szolgáltatásnyújtás szabadsága körében kizárólag a kérdéses szolgáltatás származási helye releváns.

30 Másodszor, meg kell állapítani, hogy a francia televíziósreklám-szabályozás – ahogyan azt a főtanácsnok indítványa 69. pontjában kifejtette — a Szerződés 56. cikke (1) bekezdése szerinti közegészség-védelmi célkitűzést szolgál. Az alkoholtartalmú italok reklámozásának lehetőségeit korlátozó és ezáltal a túlzott alkoholfogyasztás ellen fellépő intézkedések ugyanis közegészségügyi törekvésekre reagálnak (lásd a 152/78. sz. Bizottság kontra Franciaország ügyben 1980. július 10-én hozott ítélet 17. pontját [EBHT 1980., 2299. o.]; a hivatkozott Aragonesa de Publicidad Exterior és Publivía ítélet 15. pontját; és a C-405/98. sz. Gourmet International Products-ügyben 2001. március 8-án hozott ítélet 27. pontját [EBHT 2001., I-1795. o.]).

31 Harmadszor, azt is meg kell állapítani, hogy a francia televíziósreklám-szabályozás alkalmas az elérni kívánt közegészség-védelmi célkitűzés megvalósításának biztosítására. Ezenkívül nem lép túl az ezen célkitűzés megvalósításához szükséges mértéken. A szabályozás ugyanis korlátozza azon helyzeteket, amikor az alkoholtartalmú italok reklámtáblái láthatók a televízióban, és ennélfogva alkalmas arra,

hogy korlátozza az ilyen üzenetek közvetítését, ezáltal csökkentheti azon alkalmakat, amikor a televíziónézőket alkoholtartalmú italok fogyasztására ösztönözhetik.

32 E tekintetben a Bizottság és az Egyesült Királyság által kifejtett, az említett szabályozás aránytalanságának megállapítására irányuló érvelés nem fogadható el.

33 Ugyanis azon érvre, miszerint a francia televíziósreklám-szabályozás következetlen, mivel kizárólag az 1,2 foknál magasabb alkoholtartalmú italokra alkalmazható, kizárólag a televíziós reklámra vonatkozik, és nem terjed ki a dohányreklámra, elégséges válasz az, hogy a tagállamok jogosultak arra, hogy meghatározzák a biztosítani kívánt közegészség-védelmi szintet, illetve hogy e szintet hogyan kell elérni (lásd a hivatkozott Aragonesa de Publicidad Exterior és Publivía ítélet 16. pontját).

34 Ami azt az érvet illeti, miszerint az említett szabályozás gyakorlati következményeként teljes események nem közvetíthetők, noha léteznek a közegészség-védelmet biztosító, kevésbé korlátozó intézkedések, meg kell állapítani, hogy – a főtanácsnok által indítványa 103. és 104. pontjában kifejtett indokok alapján — tekintettel egyfelől a pillanatnyilag rendelkezésre álló műszaki eszközökre, másfelől ezek rendkívüli költségeire, jelenleg nem léteznek kevésbé korlátozó, az alkoholtartalmú italoknak sportesemények továbbközvetítése során látható, táblákkal megvalósított, közvetett televíziós reklámjának kizárását vagy eltakarását lehetővé tevő intézkedések. Tekintettel ugyanis arra, hogy a reklám csak szórványosan és kizárólag néhány másodpercre jelenik meg a képernyőn, lehetetlen tartalmának ellenőrzése, vagy a televíziós üzenet képernyőn való feltűnésével egy időben a túlzott alkoholfogyasztás veszélyeire figyelmeztető felirat beillesztése.

35 Azon érvről szólva, miszerint a francia televíziósreklám-szabályozás akkor engedélyezi az alkoholtartalmú italok televíziós reklámját, amikor a francia nézettség – abszolút számokban — igen magas (több ország közötti események), azonban tiltja az ilyen reklámot, amikor a francia nézettség alacsonyabb (két ország közötti események), elegendő megállapítani, hogy a reklámtilalomnak a sportesemények továbbközvetítése – amelyek kifejezetten a francia közönségnek szólnak, és amelynek alkalmával a reklám következésképpen kifejezetten csak ezen közönség által látható — során történő közvetett terjesztésre vonatkozó korlátozásával az említett szabályozás a szolgáltatásnyújtás szabadságára nézve csak alacsonyabb szintű korlátozó intézkedést jelent, és így jobban arányban áll az elérni kívánt céllal.

36 Ugyanez érvényes azon érvvel kapcsolatosan, miszerint a szóban forgó francia televíziósreklám-szabályozást a gyakorlatban kizárólag a Franciaországban forgalmazott alkoholtartalmú italok esetében alkalmazzák. Ugyanis a kifogásolt tilalomnak a Franciaországban forgalmazott termékek reklámjára történő korlátozásával és így a tilalom alkalmazási körének szűkítésével a szolgáltatásnyújtás szabadságának korlátozása kisebb, és következésképpen jobban arányban áll az elérni kívánt céllal.

37 Ami azt az érvet illeti, miszerint az alkoholtartalmú italok reklámja egyes tagállamokban megengedett, meg kell állapítani, hogy – ahogyan azt a főtanácsnok indítványa 106. pontjában is kiemelte — az a tény, hogy egy tagállam egy másik tagállaménál kevésbé szigorú szabályokat állít fel, nem jelenti azt, hogy ez utóbbi szabályok aránytalanok lennének (a C-384/93. sz. Alpine Investments-ügyben 1995. május 10-én hozott ítélet 51. pontja [EBHT 1995., I-1141. o.]).

38 Ami azt az érvet illeti, hogy a francia reklámszabályozás alkalmazása a más tagállamban hatályos eljárások körében már gyakorolt ellenőrzés megkettőzését jelentheti, emlékeztetni kell arra, hogy — ahogyan azt a főtanácsnok indítványa

105. pontjában is megállapította — amennyiben a tagállam, amelyben a sportesemény zajlik, tiltja az alkoholreklámot hordozó táblán megjelenő ábrák közvetítését, az esemény továbbközvetíthető Franciaországban anélkül, hogy az ellenőrzés szükséges lenne. Ezzel szemben, amennyiben azon tagállamban, ahol az esemény zajlik, ilyen tilalom nem létezik, a francia hatóságok által gyakorolt ellenőrzés érvényesül.

39 Végül, ami azt az érvet illeti, miszerint az említett szabályozás egyes rendelkezései kétértelműek, elegendő megállapítani, hogy – a főtanácsnok által indítványa 91. pontjában megjelölt indokok alapján — a kérdéses rendelkezések megfelelően világosak és pontosak. A szóban forgó televíziósreklám-szabályozás ugyanis megfelelő szabatossággal írja körül az érintett műsorszolgáltatók számára azon eseteket, amikor a sportesemények továbbközvetítése tilos.

40 A fenti megfontolások összességéből az következik, hogy a Bizottság által keresete alátámasztására megjelölt egyetlen jogalap — ilyen körülmények között — nem elfogadható, és ezért azt el kell utasítani.

A költségekről

41 Az eljárási szabályzat 69. cikke 2. §-a értelmében a Bíróság a pervesztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte. A Bizottságot, mivel pervesztes lett, a Francia Köztársaság kérelmének megfelelően kötelezni kell a költségek viselésére. Ugyanezen cikk 4. §-a első albekezdésével összhangban az Egyesült Királyság maga viseli saját költségeit.

A fenti indokok alapján,

A BÍRÓSÁG (nagytanács)

a következőképpen határozott:

1) **A keresetet elutasítja.**

2) **Az Európai Közösségek Bizottságát kötelezi a költségek viselésére.**

3) **Nagy-Britannia és Észak-Írország Egyesült Királysága maga viseli saját költségeit.**

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

Kihirdetve Luxembourgban, a 2004. július 13-i nyilvános ülésen.

R. Grass — hivatalvezető

V. Skouris — elnök