EUROOPA KOHTU OTSUS (suurkoda)

13. juuli 2004 *

Kohtuasjas C-429/02,

mille esemeks on Euroopa Kohtule EÜ artikli 234 alusel Cour de cassation'i (Prantsusmaa) esitatud eelotsusetaotlus nimetatud kohtus pooleliolevas asjas järgmiste poolte vahel:

Bacardi France SAS, varem Bacardi-Martini SAS,

ja

Télévision française 1 SA (TF1),

Groupe Jean-Claude Darmon SA,

Girosport SARL,

* Kohtumenetluse keel: prantsuse.

nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta (EÜT L 298, lk 23) ning EÜ asutamislepingu artikli 59 (muudetuna EÜ artikkel 49) tõlgendamiseks,

EUROOPA KOHUS (suurkoda),

koosseisus: president V. Skouris, kodade esimehed P. Jann (ettekandja), A. Rosas, C. Gulmann, J.-P. Puissochet ja J. N. Cunha Rodrigues, kohtunikud R. Schintgen, S. von Bahr ja R. Silva de Lapuerta,

kohtujurist: A. Tizzano,
kohtusekretär: vanemametnik M. Múgica Arzamendi,

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

— Bacardi France SAS, esindajad: *avocat* C. Niedzielski ja *avocat* J.-M. Cot,

— Télévision française 1 SA (TF1), esindajad: *avocat* L. Bousquet ja *avocat* O. Sprung,

— Prantsuse valitsus, esindajad: G. de Bergues ja R. Loosli-Surrans,

— Ühendkuningriigi valitsus, esindaja: K. Manji, keda abistas *barrister* K. Beal,

— Euroopa Ühenduste Komisjon, esindaja: H. van Lier,

arvestades kohtuistungi ettekannet,

olles 25. novembri 2003. aasta kohtuistungil ära kuulanud Bacardi France SAS, keda esindas J.-M. Cot, Prantsuse valitsuse, keda esindasid G. de Bergues ja R. Loosli-Surrans, Ühendkuningriigi valitsuse, keda esindas K. Manji, ja komisjoni, keda esindasid H. van Lier ja W. Wils, suulised märkused,

olles 11. märtsi 2004. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Cour de cassation esitas 19. novembri 2002. aasta kohtuotsusega, mis saabus Euroopa Kohtu kantseleisse 27. novembril 2002, EÜ artikli 234 alusel kaks eelotsuse küsimust nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlasta-

mise kohta (EÜT L 298, lk 23) ning EÜ asutamislepingu artikli 59 (muudetuna EÜ artikkel 49) tõlgendamiseks.

2 Need küsimused tõusetusid ühelt poolt Bacardi France SAS-i, varem Bacardi-Martini SAS (edaspidi „Bacardi") ning teiselt poolt Télévision française 1 SA (edaspidi „TF1"), Groupe Jean-Claude Darmon SA (edaspidi „Darmon") ja Girosport SARL-i (edaspidi „Girosport") vahelises vaidluses, milles Bacardi taotleb kohtult, et kolm viimati nimetatud äriühingut lõpetaksid surve avaldamise välismaa spordiklubidele, et need klubid keelduksid Bacardi toodetud alkohoolsete jookide reklaamist reklaamtahvlitel, mis on paigaldatud kahe maa osavõtul teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste toimumiskohtadesse.

Õiguslik raamistik

Ühenduse õigusnormid

3 Direktiivi 89/552 eesmärgiks on kaotada teleprogrammide edastamise teenuste osutamise vabaduse piirangud. Selleks kehtestab direktiiv üle piiride edastatavate ringhäälingusaadete edastamis- ja vastuvõtmisvabaduse põhimõtte ning kooskõlastab erinevates liikmesriikides ringhäälingusaadetele kohaldatavad siseriiklikud õigusaktid sellises valdkonnas nagu telereklaam. Selle direktiiviga loodud süsteemi kohaselt on päritoluliikmesriik kohustatud reguleerima ja kontrollima üle piiride edastatavaid ringhäälingusaateid, täites direktiiviga kehtestatud miinimumnõuded. Vastuvõtjaliikmesriigid seevastu käesoleva direktiiviga kooskõlastatavates valdkondades põhimõtteliselt enam pädevust ei evi.

Mõisted

4 Direktiivi artikli 1 punktis b on mõiste „telereklaam" defineeritud kui „igasugune kaubanduse, äri, käsitöö või kutsealaga seotud teadaanne, mida avalik-õiguslik isik või eraettevõtja edastab tasu või samalaadse hüvitise eest, et reklaamida tasu eest pakutavaid kaupu või osutatavaid teenuseid, kaasa arvatud kinnisvara ning õigused ja kohustused."

Materiaalõiguse normid

5 Direktiivi 89/552 artikli 2 lõike 2 esimese lõigu esimene lause sätestab:

„Liikmesriigid tagavad teistest liikmesriikidest pärinevate telesaadete vastuvõtmisvabaduse ja ei piira nende taasedastamist oma territooriumil põhjustel, mis kuuluvad käesoleva direktiiviga kooskõlastavatesse valdkondadesse."

6 Nimetatud direktiivi artikli 10 lõige 1 täpsustab:

„Telereklaam on sellisena hõlpsasti äratuntav ja seda hoitakse programmi muudest osadest lahus optiliste ja/või akustiliste vahendite abil."

7 Sama direktiivi artikli 11 lõike 1 esimene lause sätestab, et „[r]eklaam paigutatakse saadete vahele."

8 Direktiivi 89/552 artikli 11 lõige 2 sätestab järgmist:

„Iseseisvatest osadest koosnevate saadete või spordisaadete puhul ning vaheaegadega liigendatud ürituste ja esituste puhul paigutatakse reklaam ainult saate osade vahele või vaheaegadele."

Siseriiklikud õigusnormid

Materiaalõiguse normid

9 10. jaanuari 1991. aasta loi n° 91-32 relative à lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme (suitsetamise ja alkoholismi vastu võitlemise seadus), nn Evin'i seadus (*Journal Officiel de la République Française,* 12.1.1991 (edaspidi „JORF"), lk 615; edaspidi „nn Evin'i seadus"), muutis muu hulgas code des débits de boissons'i (alkohoolsete jookide turustamise koodeks) artikleid L.17–L.21, mis piiravad teatud alkohoolsete jookide, nimelt üle 1,2%lise alkoholisisaldusega jookide reklaami.

10 Osutatud sätete kohaselt on alkohoolsete jookide otsene ja kaudne telereklaam keelatud ning seda keeldu on korratud 27. märtsi 1992. aasta décret n° 92-280 pris pour l'application de l'article 27 de la loi du 30 septembre 1986 relative à liberté de communication et fixant les principes généraux concernant le régime applicable à la publicité et au parrainage (dekreet, mis on vastu võetud 30. septembri 1986. aasta seaduse sidevabaduse kohta artikli 27 rakendamiseks ning mis sätestab reklaami ja sponsorluse üldpõhimõtted) (JORF, 28.3.1992, lk 4313) artiklis 8.

11 Muud reklaamiliigid on seevastu Prantsuse õigusaktidega lubatud. Alkohoolsete jookide reklaam on lubatud näiteks trükiajakirjanduses, raadios (v.a teatud kellaaegadel) või reklaamplakatite ja -siltide, sh spordirajatistesse paigaldatud reklaamtahvlite näol jne.

12 Prantsuse kriminaalõiguse kohaselt kvalifitseeritakse nn Evin'i seaduse rikkumine kui karistatav tegu (*délit*).

Menetlusõiguse normid

13 30. septembri 1986. aasta loi n° 86-1067 relative à la liberté de communication'i (seadus sidevabaduse kohta), nn Léotard'i seaduse (JORF, 1.10.1986, lk 11755) artikli 42 esimese lõigu kohaselt teostab Conseil supérieur de l'audiovisuel (ringhäälingunõukogu, edaspidi „CSA") järelevalvet nn Evin'i seaduse kohaldamise üle. CSA võib teleteenuste levitajatelt selles osas nõuda oma kohustuste täitmist ning juhul, kui nad neile seatud nõudeid ei täida, määrata neile halduskaristuse. Ühtlasi võib CSA edastada levitajate rikkumised lahendamiseks procureur de la République'ile (vabariigi prokurör).

Rakendusmeetmed

14 Prantsuse ametiasutused, st CSA ning noorsoo- ja spordiministeerium koos Prantsuse telekanalitega töötasid 1995. aastal välja käitumisjuhendi, mis avaldati *Bulletin officiel du ministère de la Jeunesse et des Sports*'is (noorsoo- ja spordiministeeriumi ametlik teataja) ning mis puudutas nn Evin'i seaduse normide

tõlgendamist seoses välismaal toimuvate spordiürituste teleringhäälinguga (st otsene või taasedastamine), mille käigus on alkohoolsete jookide reklaam nähtav näiteks reklaamtahvlitel või spordisärkidel ning mida võib seega nimetatud seaduse mõttes pidada alkohoolsete jookide kaudset telereklaami sisaldavaks.

15 See juhend ei ole õiguslikult siduv, kuid selles on sätestatud, et kahe maa osavõtul välismaal toimuvate spordiürituste puhul, mida juhendis nimetatakse „muud üritused", peavad Prantsuse telesaadete edastajad ja teised isikud, kelle suhtes kohaldatakse Prantsuse seadusi (edaspidi koondnimetusega „Prantsuse telesaadete edastajad"), ning kes ei saa filmimise tingimusi kontrollida, võtma tarvitusele kõik kättesaadavad meetmed alkohoolsete jookide kaubamärkide ekraanile ilmumise vältimiseks. Seega peab Prantsuse telesaadete edastaja taasedastamise õiguste omandamisel teavitama välispartnereid Prantsuse õigusaktide nõuetest ning nimetatud koodeksi normidest. Samamoodi peab telesaadete edastaja taasedastamise õiguste valdajalt vastavalt materiaalsetele võimalustele enne spordiürituste edastamist hankima teavet reklaamide kohta, mis selle sündmuse toimumiskohas asuvad. Lõpuks peab telesaadete edastaja võtma tarvitusele kõik kättesaadavad tehnilised vahendid, et vältida alkohoolsete jookide reklaamtahvlite näitamist teleekraanil.

16 Mitme maa osavõtul välismaal aset leidvate spordiürituste puhul ei saa aga Prantsuse telesaadete edastajaid ekraanile ilmuvate reklaamide eest vastutavaks pidada, kuna nad edastavad pilti, mille filmimise tingimusi nad kontrollida ei saa.

17 Põhimenetlusele kohaldatavas sõnastuses defineerib käitumisjuhend mitme maa osavõtuga üritusi kui neid, „mille puhul väga mitmesse riiki taasedastatud pilti ei saa pidada peamiselt Prantsuse vaatajaskonnale suunatuks." Kahe maa osavõtul toimuvaid üritusi defineeritakse kui „eelmises punktis nimetamata välismaal toimuvaid üritusi, kui nende taasedastamine on suunatud spetsiaalselt Prantsuse vaatajaskonnale".

18 Lisaks käitumisjuhendi kehtestamisele on CSA pöördunud Prantsuse telesaadete edastajate poole, et viimased nõuaksid alkohoolsete jookide reklaamtahvlite mahavõtmist või loobuksid ürituse taasedastamisest täiesti. Vähemalt ühel korral edastas CSA asja vabariigi prokurörile Prantsuse telesaadete edastaja vastutusele võtmiseks.

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

19 Bacardi on Prantsuse äriühing, mis kuulub rahvusvahelisse Bacardi-Martini kontserni, mis enamikus maailma riikides toodab ja turustab erinevaid alkohoolseid jooke, sh Bacardi rummi, Martini vermutit ja Duvali aniisiviina.

20 Darmon ja Girosport on äriühingud, kes peavad TF1 nimel läbirääkimisi televisiooni kaudu jalgpallimatšide taasedastamisõiguste üle.

21 Toetudes sellele, et Darmon ja Girosport avaldasid väidetavalt survet välismaa spordiklubidele, et need klubid keelduksid Bacardi toodetud alkohoolsete jookide reklaamist staadionide ümber paiknevatel reklaamtahvlitel, kaebas Bacardi Darmon'i, Girosport'i ja TF1 kohtusse, et kohustada viimaseid lõpetama tegevuse, mis on vastuolus EÜ asutamislepingu artikliga 59.

22 Kuna nii esimeses kui ka teises astmes jäi see taotlus rahuldamata, siis esitas Bacardi kassatsioonkaebuse.

23 Kuna Cour de cassation ei olnud kindel, kas Prantsuse õigusnormid, mis keelavad Prantsusmaal turustatavate alkohoolsete jookide telereklaami osas, mis puudutab kaudset telereklaami teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol (edaspidi „põhikohtuasjas käsitletud telereklaami puudutavad sätted"), on ühenduse õigusega kooskõlas, otsustas Cour de cassation kohtuliku arutamise peatada ning esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas 3. oktoobri 1989. aasta nn piirideta televisiooni direktiiviga 89/552/EMÜ, enne 30. juuni 1997. aasta direktiivi 97/36/EÜ jõustumist kehtinud redaktsioonis, on vastuolus siseriiklikud õigusnormid, nagu Prantsuse code des débits de boissons'i artiklid L.17–L.21 ja 27. märtsi 1992. aasta dekreedi nr 92-280 artikkel 8, milles rahvatervise kaitseks ja kriminaalvastutuse ähvardusel keelatakse nii siseriikliku päritoluga kui ka teistest liidu liikmesriikidest pärinevate alkohoolsete jookide telereklaam reklaamilõikude näol direktiivi artikli 10 mõttes [otsene reklaam] või kaudne reklaam televisioonis näha olevate alkohoolsete jookide reklaamtahvlite näol, mis siiski ei ole varjatud reklaam direktiivi artikli 1 punkti c mõttes?

2. Kas EÜ asutamislepingu artiklit 49 ja liidus ringhäälingusaadete vaba liikumise põhimõtet tuleb tõlgendada nii, et sellega on vastuolus see, et siseriiklikel õigusnormidel, nagu Prantsuse code des débits de boissons'i artiklitel L.17–L.21 ja 27. märtsi 1992. aasta dekreedi nr 92-280 artiklil 8, milles rahvatervise kaitseks ja kriminaalvastutuse ähvardusel keelatakse nii siseriikliku päritoluga kui ka teistest liidu liikmesriikidest pärinevate alkohoolsete jookide telereklaam reklaamilõikude näol direktiivi artikli 10 mõttes [otsene reklaam] või kaudne reklaam televisioonis näha olevate alkohoolsete jookide reklaamtahvlite näol, mis siiski ei ole varjatud reklaam direktiivi artikli 1 punkti c mõttes, on selline toime, et teleprogrammide edastamise ja levitamise eest vastutavad äriühingud:

a) hoiduvad teleprogrammide edastamisest, eeskätt Prantsusmaal või teistes liidu riikides toimuvate spordiürituste taasedastamisest, kui selle jooksul näidatakse Prantsuse code des débits de boissons'i mõttes keelatud reklaami,

b) või edastavad neid tingimusel, et selle jooksul ei näidata Prantsuse code des débits de boissons'i mõttes keelatud reklaami, millega takistatakse nii siseriikliku päritoluga kui ka teistest liidu liikmesriikidest pärinevaid alkohoolseid jooke puudutavate reklaamilepingute sõlmimist?"

Eelotsuse küsimused

Esimene küsimus: kohustus tagada vastuvõtmis- ja taasedastamisvabadus

24 Eelotsuse küsimuse esitanud kohus küsib esimese küsimusega sisuliselt seda, kas direktiivi 89/552 artikli 2 lõike 2 esimese lõigu esimese lausega on vastuolus see, kui liikmesriik keelab selles riigis turustatavate alkohoolsete jookide telereklaami osas, mis puudutab kaudset telereklaami kahe maa osavõtul teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol.

Siseriiklik kohus tahab selles osas teada, kas sellist kaudset telereklaami tuleb pidada „telereklaamiks" selle direktiivi artikli 1 punkti b ning artiklite 10 ja 11 mõttes.

25 Siinkohal tuleb meelde tuletada, et direktiivi 89/552 artikli 2 lõike 2 esimese lõigu esimene lause sätestab, et liikmesriigid tagavad teistest liikmesriikidest pärinevate telesaadete vastuvõtmisvabaduse ja ei piira nende taasedastamist oma territooriumil põhjustel, mis kuuluvad käesoleva direktiiviga kooskõlastatavatesse valdkondadesse. Direktiivi artiklitega 10–21 ühtlustatakse telereklaami puudutavad reeglid.

26 Direktiivi 89/552 artikli 1 punktis b sätestatud definitsiooni kohaselt on „telereklaam" „igasugune kaubanduse, äri, käsitöö või kutsealaga seotud teadaanne, mida avalik-õiguslik isik või eraettevõtja edastab tasu või samalaadse hüvitise eest, et reklaamida tasu eest pakutavaid kaupu või osutatavaid teenuseid, kaasa arvatud kinnisvara ning õigused ja kohustused." Direktiivi artikli 10 lõike 1 kohaselt on „[t]elereklaam [...] sellisena hõlpsasti äratuntav ja seda hoitakse programmi muudest osadest lahus optiliste ja/või akustiliste vahendite abil." Nimetatud direktiivi artikli 11 lõike 1 esimene lause sätestab, et „[r]eklaam paigutatakse saadete vahele" ja artikli 11 teine lõige näeb ette, et [i]seseisvatest osadest koosnevate saadete või spordisaadete puhul ning vaheaegadega liigendatud ürituste ja esituste puhul paigutatakse reklaam ainult saate osade vahele või vaheaegadele."

27 Põhikohtuasjas võib sedastada, et kohtujuristi ettepaneku punktides 48–52 toodud põhjustel ei ole alkohoolsete jookide kaudse telereklaami puhul spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol tegemist kaupade või teenuste reklaamimiseks mõeldud iseseisvate teleteadaannetega. Sellist reklaami on ilmselgetel põhjustel võimatu näidata ainult asjaomase teleülekande erinevate osade vahel. Taasedastamise tingimustest tulenevalt edastatava pildi taustale ebaregulaarselt ja ootamatult ilmuvad reklaamtahvlid ei ole selles kontekstis mingil viisil iseseisvad.

28 Sellist kaudset telereklaami ei saa pidada „telereklaamiks" direktiivi 89/552 mõttes ning seega direktiiv sellele ei kohaldu.

29 Seega võib esimesele küsimuse vastata, et direktiivi 89/552 artikli 2 lõike 2 esimese lõigu esimese lausega ei ole vastuolus see, kui liikmesriik keelab selles riigis turustatavate alkohoolsete jookide telereklaami osas, mis puudutab kaudset telereklaami kahe maa osavõtul teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol.

Sellist kaudset telereklaami ei saa pidada „telereklaamiks" direktiivi artikli 1 punkti b ning artiklite 10 ja 11 mõttes.

Teine küsimus: õigus teenuste osutamise vabadusele

30 Eelotsuse küsimuse esitanud kohus küsib teise küsimusega sisuliselt seda, kas EÜ asutamislepingu artikliga 59 (muudetuna EÜ artikkel 49) on vastuolus see, kui liikmesriik keelab selles riigis turustatavate alkohoolsete jookide telereklaami osas, mis puudutab kaudset telereklaami kahe maa osavõtul teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol.

31 EÜ asutamislepingu artikkel 59 nõuab teenuste osutamise vabaduse kõikide piirangute kaotamist, isegi kui need piirangud kehtivad kaudselt nii siseriiklike kui ka teiste liikmesriikide teenuste osutajate suhtes, kui nendega keelatakse või muul

viisil takistatakse teises liikmesriigis asuva ja seal seaduslikult analoogseid teenuseid osutava teenuseosutaja tegevust (vt 25. juuli 1991. aasta otsus kohtuasjas C-76/90: Säger, EKL 1991, lk I-4221, punkt 12, ja 3. oktoobri 2000. aasta otsus kohtuasjas C-58/98: Corsten, EKL 2000, lk I-7919, punkt 33). Lisaks sellele on teenuste osutamise vabadus kasulik nii teenuste osutajale kui ka tarbijale (vt 31. jaanuari 1984. aasta otsus liidetud kohtuasjades 286/82 ja 26/83: Luisi ja Carbone, EKL 1984, lk 377, punkt 16).

32 Teenuste osutamise vabadust võib ühenduse ühtlustamismeetmete puudumisel siseriiklike õigusaktidega piirata EÜ asutamislepingu artikli 56 lõikes 1 (muudetuna EÜ artikli 46 lõige 1), koostoimes EÜ asutamislepingu artikliga 66 (nüüd EÜ artikkel 55), nimetatud põhjustel või ülekaaluka üldise huvi puhul (vt 6. novembri 2003. aasta otsus kohtuasjas C-243/01: Gambelli jt, kohtulahendite kogumikus veel avaldamata, punkt 60).

33 Selles osas on liikmesriikide otsustada, milline on rahvatervise kaitse tase ning kuidas see saavutatakse. Siiski peavad liikmesriigid seda tegema asutamislepinguga seatud piiridest ning proportsionaalsuse põhimõttest kinni pidades (vt 25. juuli 1991. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-1/90 ja C-176/90: Aragonesa de Publicidad Exterior ja Publivía, EKL 1991, lk I-4151, punkt 16), mis tagab selle, et rakendatud meetmed on taotletud eesmärgi saavutamiseks sobivad ega lähe kaugemale sellest, mis on vajalik eesmärgi saavutamiseks (vt eriti eespool viidatud kohtuotsus Säger, punkt 15; 23. novembri 1999. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-369/96 ja C-376/96: Arblade jt, EKL 1999, lk I-8453, punkt 35; eespool viidatud kohtuotsus Corsten, punkt 39, ja 22. jaanuari 2002. aasta otsus kohtuasjas C-390/99: Canal Satélite Digital, EKL 2002, lk I-607, punkt 33).

34 Kuna antud valdkonnas puuduvad ühenduse ühtlustamismeetmed, siis tuleb põhikohtuasja puhul järgemööda uurida kolme aspekti, st seda, kas tegemist on piiranguga EÜ asutamislepingu artikli 59 mõttes, kas EÜ asutamislepingu artikli 56 lõike 1 seisukohalt, koostoimes artikliga 66, on põhikohtuasjas käsitletud

telereklaami puudutavad õigusnormid põhjendatud ning kas need on proportsionaalsed.

35 Esiteks võib sedastada, et selliste põhikohtuasjas käsitletud telereklaami puudutavate sätete näol on tegemist teenuste osutamise vabaduse piiranguga EÜ asutamislepingu artikli 59 mõttes. Ühelt poolt on tegemist reklaamteenuste osutamise vabaduse piiranguga, kuna reklaamtahvlite omanikud peavad eelnevalt keelduma alkohoolsete jookide reklaamist, kui spordiüritust võidakse Prantsusmaal taasedastada. Teiselt poolt takistavad samad sätted teleprogrammide edastamist puudutavate teenuste osutamist. Prantsuse telesaadete edastajad peavad keelduma kõikide spordiürituste taasedastamisest, mille käigus on näha Prantsusmaal turustatavate alkohoolsete jookide reklaamtahvlid. Lisaks sellele ei saa väljaspool Prantsusmaad toimuvate spordiürituste korraldajad Prantsuse telesaadete edastajatele taasedastamise õigusi müüa, kui selliseid üritusi kajastavates teleprogrammides võib sisalduda nimetatud alkohoolsete jookide kaudne telereklaam.

36 Nagu tuleneb täna tehtud otsuse punktidest 28 ja 29 kohtuasjas C-262/02: komisjon *v.* Prantsusmaa (EKL 2004, lk I-6569), ei saa nõustuda Prantsuse valitsuse väidetega, mis puudutavad ühelt poolt telepildi töötlemist tehniliselt nii, et alkohoolsete jookide reklaamtahvlid oleks valikuliselt varjatud, ning teiselt poolt telereklaami puudutavate sätete mittediskrimineerivat kohaldamist kõikide alkohoolsete jookide suhtes, olenemata sellest, kas need on toodetud Prantsusmaal või välismaal. Kui on tõsi, et sellised tehnilised võimalused on olemas, siis toovad need Prantsuse telesaadete edastajatele kaasa suuremaid lisakulutusi. Kuna küsimus on teenuste osutamise vabaduses, siis saab käesolevas asjas olla asjakohane ainult vaatluse all oleva teenuse päritolu.

37 Teiseks tuleb sedastada, et sätted, nagu seda on põhikohtuasjas käsitletud telereklaami puudutavad õigusnormid, teenivad EÜ asutamislepingu artikli 56 lõike 1 mõttes rahvatervise kaitse eesmärki, nagu kohtujurist oma ettekande punktis 69 selgesõnaliselt märkis. Meetmetega, mis piiravad alkohoolsete jookide reklaami ning on seega suunatud alkoholi kuritarvitamise vastu, kaitstakse rahvatervist (vt 10. juuli 1980. aasta kohtuotsus 152/78: komisjon *v.* Prantsusmaa, EKL 1980, lk 2299, punkt 17; eespool viidatud kohtuotsus Aragonesa de Publicidad Exterior ja Publivía, punkt 15, ja 8. märtsi 2001. aasta otsus kohtuasjas C-405/98: Gourmet International Products, EKL 2001, lk I-1795, punkt 27).

38 Kolmandaks on oluline märkida, et sätted, nagu seda on põhikohtuasjas käsitletud telereklaami puudutavad õigusnormid, on rahvatervise kaitse eesmärgi täitmiseks sobivad. Samuti ei lähe need sätted kaugemale sellest, mis on vajalik sellise eesmärgi saavutamiseks. Nende sätetega piiratakse televisiooni kaudu alkohoolsete jookide reklaamtahvlite nägemist ning seetõttu võivad need vähendada selliste teadaannete edastamist, mis omakorda piirab televaatajate julgustamist alkohoolsete jookide tarbimiseks.

39 Nagu tuleneb eespool viidatud tänase päeva kohtuotsuse komisjon *v.* Prantsusmaa punktidest 33–39, tuleb komisjoni ja Ühendkuningriigi valitsuse argumendid kõnealuste sätete ebaproportsionaalsuse kohta tagasi lükata.

40 Mis puudutab Bacardi ainsat väidet, mida täna tehtud otsuses kohtuasjas komisjon *v.* Prantsusmaa ei käsitletud, nimelt seda, et põhikohtuasjas käsitletud telereklaami puudutavad sätted ei ole järjepidevad, kuna nad ei puuduta filmide dekoratsioonides näha olevaid alkohoolsete jookide reklaame, siis piisab vastusest, et see on liikmesriikide otsustada, milline on rahvatervise kaitse tase ning kuidas see saavutatakse (vt eespool viidatud kohtuotsus Aragonesa de Publicidad Exterior ja Publivía, punkt 16).

41 Seega võib teisele küsimusele vastata, et EÜ asutamislepingu artikliga 59 ei ole vastuolus see, kui liikmesriik keelab selles riigis turustatavate alkohoolsete jookide telereklaami osas, mis puudutab kaudset telereklaami kahe maa osavõtul teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol.

Kohtukulud

42 Euroopa Kohtule märkusi esitanud Prantsuse ja Ühendkuningriigi valitsuste kohtukulusid ei hüvitata. Et põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus.

Esitatud põhjendustest lähtudes

EUROOPA KOHUS (suurkoda),

vastusena Cour de cassation'i 19. novembri 2002. aasta otsusega esitatud küsimustele otsustab:

1. **Nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide**

kooskõlastamise kohta artikli 2 lõike 2 esimese lõigu esimese lausega ei ole vastuolus see, kui liikmesriik keelab selles riigis turustatavate alkohoolsete jookide telereklaami osas, mis puudutab kaudset telereklaami kahe maa osavõtul teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol.

Sellist kaudset telereklaami ei saa pidada „telereklaamiks" direktiivi artikli 1 punkti b ning artiklite 10 ja 11 mõttes.

2. **EÜ asutamislepingu artikliga 59 (muudetuna EÜ artikkel 49) ei ole vastuolus see, kui liikmesriik keelab selles riigis turustatavate alkohoolsete jookide telereklaami osas, mis puudutab kaudset telereklaami kahe maa osavõtul teiste liikmesriikide territooriumil toimuvate spordiürituste taasedastamisel ekraanil näha olevate reklaamtahvlite näol.**

Skouris Jann Rosas

Gulmann Puissochet Cunha Rodrigues

Schintgen von Bahr Silva de Lapuerta

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 13. juulil 2004 Luxembourgis.

Kohtusekretär President

R. Grass V. Skouris