TEISINGUMO TEISMO (didžioji kolegija) SPRENDIMAS

2004 m. liepos 13 d.*

Byloje C-429/02

dėl *Cour de cassation* (Prancūzija) pagal EB 234 straipsnį Teisingumo Teismui pateikto prašymo priimti prejudicinį sprendimą šio teismo nagrinėjamoje byloje tarp

Bacardi France SAS, buvusios *Bacardi-Martini SAS,*

ir

Télévision française 1 SA (TF1),

Groupe Jean-Claude Darmon SA,

Girosport SARL,

* Proceso kalba: prancūzų.

dėl 1989 m. spalio 3 d. Tarybos direktyvos 89/552/EEB dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų nuostatų, susijusių su televizijos programų transliavimu, derinimo (OL L 298, p. 23) ir EB sutarties 59 straipsnio (po pakeitimo – EB 49 straipsnis) išaiškinimo,

TEISINGUMO TEISMAS (didžioji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas V. Skouris, kolegijų pirmininkai P. Jann (pranešėjas), A. Rosas, C. Gulmann, J.-P. Puissochet, J. N. Cunha Rodriges ir teisėjai S. von Bahr ir R. Silva de Lapuerta,

generalinis advokatas A. Tizzano,
sekretorė M. Múgica Arzamendi, vyriausioji administratorė,

atsižvelgęs į rašytines pastabas, pateiktas:

— *Bacardi France SAS*, atstovaujamos advokatų C. Niedzielski ir J.-M. Cot,

— *Télévision française 1 SA* (TF1), atstovaujamos advokatų L. Bousquet ir O. Sprung,

— Prancūzijos vyriausybės, atstovaujamos G. de Bergues ir R. Loosli-Surrans,

— Jungtinės Karalystės vyriausybės, atstovaujamos K. Manji, padedamo *barrister* K. Beal,

— Europos Bendrijų Komisijos, atstovaujamos H. van Lier,

susipažinęs su teismo posėdžio pranešimu,

2003 m. lapkričio 25 d. posėdyje išklausęs *Bacardi France SAS*, atstovaujamos J.-M. Cot, Prancūzijos vyriausybės, atstovaujamos G. de Bergues ir R. Loosli-Surrans, Jungtinės Karalystės vyriausybės, atstovaujamos K. Manji, ir Komisijos, atstovaujamos H. van Lier bei W. Wils, pareikštas žodines pastabas,

susipažinęs su 2004 m. kovo 11 d. posėdyje pateikta generalinio advokato išvada,

priima šį

Sprendimą

1 2002 m. lapkričio 19 d. Sprendimu, kurį Teisingumo Teismas gavo 2002 m. lapkričio 27 d., *Cour de cassation* (Prancūzija), remdamasis EB 234 straipsniu, pateikė du prejudicinius klausimus dėl 1989 m. spalio 3 d. Tarybos direktyvos 89/552/EEB dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų nuostatų, susijusių su

televizijos programų transliavimu, derinimo (OL L 298, p. 23) ir EB sutarties 59 straipsnio (po pakeitimo – EB 49 straipsnis) išaiškinimo.

2 Šie klausimai iškilo nagrinėjant bylą tarp *Bacardi France SAS*, buvusios *Bacardi-Martini SAS* (toliau – *Bacardi*), ir *Télévision française 1 SA* (toliau – TF1), *Groupe Jean-Claude Darmon SA* (toliau – *Darmon*) bei *Girosport SARL* (toliau – *Girosport*), kurioje siekiama, jog šioms trims bendrovėms būtų nurodyta nutraukti spaudimą užsienio klubams, kad šie atsisakytų reklamuoti *Bacardi* gaminamus alkoholinius gėrimus reklamos stenduose, įrengtuose kitų valstybių narių teritorijoje vykstančių sporto varžybų tarp dviejų valstybių vietose.

Teisinis pagrindas

Bendrijos teisė

3 Direktyva 89/552 siekiama panaikinti laisvės teikti televizijos programų transliavimo paslaugas apribojimus. Tam ji įtvirtina programų priėmimo ir transliavimo be sienų laisvės principą bei suderina skirtingų valstybių narių įstatymus, galiojančius televizijos reklamos srityje. Pagal šia direktyva nustatytą tvarką programas transliuojanti valstybė narė įpareigojama reglamentuoti ir kontroliuoti programas be sienų, laikantis direktyvoje nustatytų minimalių taisyklių. Tačiau šios direktyvos reguliuojamose srityse priimančios valstybės narės iš esmės jau nėra kompetentingos.

Sąvokos

4 „Televizijos reklama“ Direktyvos 89/552 1 straipsnio b punkte apibrėžiama kaip „bet kokio pobūdžio pranešimas, už kurio transliavimą pinigais ar kitokiu panašiu būdu sumoka valstybinė ar privati įmonė, susijusi su prekyba, verslu, amatu ar profesija, kai už tam tikrą mokestį siekiama paskatinti pirkti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą arba turtinių teisių bei įsipareigojimų perėmimą“.

Pagrindinės nuostatos

5 Direktyvos 89/552 2 straipsnio 2 dalies pirmosios pastraipos pirmame sakinyje numatyta:

„Valstybės narės šios direktyvos reguliuojamose srityse užtikrina televizijos programų priėmimo laisvę ir savo teritorijoje neriboja televizijos programų iš kitų valstybių narių retransliavimo.“

6 Šios direktyvos 10 straipsnio 1 dalyje patikslinama:

„Televizijos reklamos laidos yra aiškiai atpažįstamos bei optinėmis ir (arba) akustinėmis priemonėmis visiškai atskiriamos nuo kitų programos dalių.“

7 Direktyvos 89/552 11 straipsnio 1 dalies pirmame sakinyje nustatyta, kad „reklama yra įterpiama tarp programų".

8 Pagal Direktyvos 89/552 11 straipsnio 2 dalį:

„Programose, susidedančiose iš savarankiškų dalių, arba sporto programose ar panašaus pobūdžio renginiuose ir pasirodymuose, kuriuose būna daromos pertraukos, reklama įterpiama tik tarp atskirų dalių arba per pertraukas."

Nacionalinė teisė

Pagrindinės nuostatos

9 1991 m. sausio 10 d. Įstatymu Nr. 91-32 dėl kovos su rūkymu ir alkoholizmu, vadinamasis „Evin įstatymas" (1991 m. sausio 12 d. JORF, p. 615, toliau – „Evin" įstatymas), *inter alia,* buvo pakeisti *Code des débits de boissons* (Prekybos alkoholiu ir antialkoholinių priemonių kodeksas) L. 17–L. 21 straipsniai, kurie apriboja tam tikrų alkoholinių gėrimų, t. y. tų, kuriuose alkoholio koncentracija didesnė nei 1,2 %, reklamą.

10 Remiantis šiomis nuostatomis tiesioginė ar netiesioginė alkoholinių gėrimų televizijos reklama yra draudžiama; be to, šis draudimas pakartojamas ir 1992 m. kovo 27 d. Dekreto Nr. 92-280 8 straipsnyje, priimto įgyvendinant 1986 m. rugsėjo 30 d. Įstatymo, susijusio su informavimo laisve bei įtvirtinančio bendruosius reklamos ir rėmimo tvarkai taikomus principus (1992 m. kovo 28 d. JORF, p. 4313), 27 straipsnį.

11 Tačiau pagal Prancūzijos teisę kitos reklamos formos yra leidžiamos. Pavyzdžiui, reklamuoti alkoholinius gėrimus spaudoje, per radiją (išskyrus tam tikras valandas) arba plakatuose ir iškabose, įskaitant reklamos stendus, įrengtus sporto aikštėse, ir t. t.

12 „Evin" įstatymo pažeidimas pagal Prancūzijos baudžiamąją teisę laikomas „délit" (baudžiamuoju nusižengimu).

Procedūrinės taisyklės

13 Pagal 1986 m. rugsėjo 30 d. Įstatymo Nr. 86–1067 dėl informavimo laisvės, vadinamasis „Léotard" įstatymas (1986 m. spalio 1 d. JORF, p. 11755), 42 straipsnio pirmąją pastraipą „Evin" įstatymo taikymo priežiūrą vykdo *Conseil supérieur de l'audiovisuel* (Aukščiausioji audiovizualinė taryba, toliau – CSA). Vykdydama šią priežiūrą CSA gali įspėti televizijos paslaugų teikėjus, kad šie vykdytų savo įsipareigojimus, o jeigu šie nesilaiko nustatytų reikalavimų, gali jiems skirti administracines nuobaudas. Be to, CSA gali kreiptis į *procureur de la République* dėl bet kurio šių teikėjų įvykdyto pažeidimo.

Įgyvendinimo nuostatos

14 1995 m. Prancūzijos valdžios institucijos, t. y. CSA bei Jaunimo ir sporto ministerija, ir Prancūzijos televizijos kanalai kartu parengė Gero elgesio kodeksą, paskelbtą *Bulletin officiel du ministère de la Jeunesse et des Sports*, kuriame pateikiamas „Evin" įstatymo taisyklių išaiškinimas dėl jų taikymo užsienyje vykstančių sporto renginių, per kuriuos rodoma alkoholinių gėrimų reklama, pavyzdžiui, reklamos stenduose ar

ant sportininkų marškinėlių, ir kurie gali būti laikomi netiesiogine alkoholinių gėrimų reklama minėto įstatymo prasme, transliavimui per televiziją (t. y. tiesioginiam transliavimui bei retransliavimui).

15 Nebūdamas teisiškai privalomas, šis Gero elgesio kodeksas nustato, kad per užsienyje vykstančias varžybas tarp dviejų valstybių, šiame kodekse vadinamų „kitais renginiais", Prancūzijos transliuotojai ir kiti Prancūzijos įstatyme nustatyti asmenys (toliau visi kartu – Prancūzijos transliuotojai), negalintys kontroliuoti vaizdo įrašymo sąlygų, turi imtis visų įmanomų priemonių, kad išvengtų alkoholinių gėrimų prekių ženklų pasirodymo ekrane. Be to, Prancūzijos transliuotojas, įsigijęs retransliavimo teises, turi informuoti savo partnerius užsienyje apie Prancūzijos teisės aktuose įtvirtintus reikalavimus ir šioje srityje nustatytas taisykles. Kartu šis transliuotojas, jei iš esmės tai yra įmanoma, ir prieš sporto renginio transliaciją turi pasiteirauti retransliavimo teisių turėtojo dėl reklamų, kurios bus matomos sporto renginio vietoje. Galiausiai šis transliuotojas privalo panaudoti visas įmanomas technines priemones, kad išvengtų alkoholinių gėrimų reklamos stendų rodymo per televiziją.

16 Tačiau, kai užsienyje vyksta tarptautiniai renginiai, Prancūzijos transliuotojai neturėtų būti įtariami davę sutikimą dėl ekranuose pasirodančios reklamos, kai jie rodo vaizdus, kurių įrašymo sąlygų negali kontroliuoti.

17 Pagrindinėje byloje taikomoje gero elgesio kodekso redakcijoje tarptautinės sporto varžybos buvo apibrėžtos kaip varžybos „kurių daugelyje šalių retransliuojami vaizdai negali būti laikomi iš esmės skirtais Prancūzijos žiūrovams". Varžybos tarp dviejų valstybių, priešingai, buvo apibrėžtos kaip „kiti nei pirmu atveju nurodyti užsienyje vykstantys renginiai, kurie retransliuojami specialiai Prancūzijos žiūrovams".

18 CSA ne tik parengė Gero elgesio kodeksą, bet ir Prancūzijos transliuotojų atžvilgiu ėmėsi veiksmų, kad šie pareikalautų pašalinti alkoholinių gėrimų reklamos stendus arba visiškai atsisakytų transliuoti atitinkamas varžybas. Bent vienu atveju ši institucija net kreipėsi į *procureur de la République*, kad šis pradėtų vieno Prancūzijos transliuotojo baudžiamąjį persekiojimą.

Pagrindinė byla ir prejudiciniai klausimai

19 *Bacardi* yra tarptautinei grupei *Bacardi-Martini* priklausanti Prancūzijos bendrovė, kuri gamina ir daugelyje pasaulio šalių parduoda įvairių rūšių alkoholinių gėrimų, tarp jų – romą „Bacardi", vermutą „Martini" ir alkoholinį anyžių gėrimą „Duval".

20 *Darmon* ir *Girosport* yra bendrovės, kurios TF1 naudai derasi dėl futbolo varžybų retransliavimo teisių.

21 Remdamasi ta aplinkybe, kad *Darmon* ir *Girosport* darė spaudimą užsienio klubams, kad šie atsisakytų reklamuoti *Bacardi* prekių ženklą aplink stadionus įrengtuose reklamos stenduose, *Bacardi* pareiškė *Darmon*, *Girosport* ir TF1 ieškinį siekdama, kad joms būtų nurodyta nutraukti šiuos veiksmus, nes jie nesuderinami su Sutarties 59 straipsniu.

22 Pirmosios ir apeliacinės instancijos teismams atmetus šį prašymą, *Bacardi* padavė kasacinį skundą.

23 Abejodamas, ar Prancūzijos tvarka, uždraudžianti Prancūzijoje parduodamų alkoholinių gėrimų televizijos reklamą, kiek tai susiję su netiesiogine televizijos reklama, kai retransliuojant kitų valstybių narių teritorijoje vykstančias sporto varžybas tarp dviejų valstybių ekrane rodomi reklamos stendai (toliau – pagrindinėje byloje ginčijama televizijos reklamos transliavimo tvarka) yra suderinama su Bendrijos teise, *Cour de cassation* nusprendė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir Teisingumo Teismui pateikė šiuos prejudicinius klausimus:

„1. Ar 1989 m. spalio 3 d. Direktyva 89/552/EEB, vadinamoji „Televizijos be sienų direktyva", t. y. jos redakcija, galiojusia iki 1997 m. birželio 30 d. Direktyvos 97/36/EB priėmimo, prieštarauja tam, kad vidaus teisės aktų nuostatos, kaip antai *Code des débits de boissons* L. 17–L. 21 straipsniai ir 1992 m. kovo 27 d. Dekreto Nr. 92–280 8 straipsnis, visuomenės sveikatos apsaugos tikslais ir gresiant kriminalinėms bausmėms draustų alkoholinių gėrimų, nesvarbu, ar jie pagaminti valstybėje narėje, ar kitose Sąjungos valstybėse narėse, reklamą per televiziją, neatsižvelgiant, ar tai būtų reklamos laidos direktyvos 10 straipsnio prasme (tiesioginė reklama), ar netiesioginė reklama, kai ekrane rodomi alkoholinius gėrimus reklamuojantys stendai, jei tai nėra paslėpta reklama direktyvos 1 straipsnio c punkto prasme?

2. Ar EB sutarties 49 straipsnis ir televizijos transliacijų laisvo judėjimo Sąjungoje principas turi būti aiškinami taip, kad jie prieštarauja tam, kad nacionalinės teisės nuostatos, kaip antai *Code des débits de boissons* L. 17–L. 21 straipsniai ir 1992 m. kovo 27 d. Dekreto Nr. 92–280 8 straipsnis, kurios visuomenės sveikatos apsaugos tikslais ir gresiant kriminalinėms bausmėms draustų alkoholinių gėrimų, nesvarbu, ar jie pagaminti valstybėje narėje, ar kitose Sąjungos valstybėse narėse, reklamą per televiziją, neatsižvelgiant, ar tai būtų reklamos laidos direktyvos 10 straipsnio prasme (tiesioginė reklama), ar netiesioginė reklama, kai ekrane rodomi alkoholinius gėrimus reklamuojantys stendai, jei tai nėra paslėpta reklama direktyvos 1 straipsnio c punkto prasme, kai tai lemia, jog už televizijos programų transliaciją ir platinimą atsakingi operatoriai:

a) atsisako transliuoti televizijos programas, pavyzdžiui, retransliuoti Prancūzijoje ar kitose Sąjungos valstybėse vykstančius sporto renginius, nes yra matomos pagal Prancūzijos *Code des débits de boissons* draudžiamos reklamos;

b) arba jas transliuoja su sąlyga, kad nebus matomos pagal Prancūzijos *Code des débits de boissons* draudžiamos reklamos, taip sudarant kliūčių sutartims dėl valstybėje narėje ar kitose Sąjungos valstybėse narėse pagamintų alkoholinių gėrimų reklamos sudaryti?"

Dėl prejudicinių klausimų

Dėl pirmo klausimo: pareiga užtikrinti televizijos programų priėmimo ir retransliavimo laisvę

24 Pirmuoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės norėtų sužinoti, ar Direktyvos 89/552/EEB 2 straipsnio 2 dalies pirmosios pastraipos pirmasis sakinys prieštarauja tam, kad valstybė narė draustų jos teritorijoje parduodamų alkoholinių gėrimų televizijos reklamą, kiek tai susiję su netiesiogine televizijos reklama, kai retransliuojant kitų valstybių narių teritorijoje vykstančias sporto varžybas tarp dviejų valstybių ekrane matomi reklamos stendai.

Šiame kontekste šis teismas klausia, ar tokia netiesioginė televizijos reklama laikytina „televizijos reklama" Direktyvos 89/552/EEB 1 straipsnio b punkto, 10 ir 11 straipsnių prasme.

25 Šiuo klausimu primintina, jog Direktyvos 89/552/EEB 2 straipsnio 2 dalies pirmosios pastraipos pirmame sakinyje numatyta valstybių narių pareiga šios direktyvos reguliuojamose srityse užtikrinti televizijos programų priėmimo laisvę ir savo teritorijoje neriboti kitų valstybių narių televizijos programų retransliavimo. Šios direktyvos 10–21 straipsniuose suderinamos nuostatos dėl televizijos reklamos.

26 Remiantis Direktyvos 89/552/EEB 1 straipsnio b punkte pateiktu apibrėžimu „televizijos reklama" – tai „bet kokio pobūdžio pranešimas, už kurio transliavimą pinigais ar kitokiu panašiu būdu sumoka valstybinė ar privati įmonė, susijusi su prekyba, verslu, amatu ar profesija, kai už tam tikrą mokestį siekiama paskatinti pirkti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą arba turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą." Pagal šios direktyvos 10 straipsnio pirmą dalį „televizijos reklamos laidos yra aiškiai atpažįstamos ir optinėmis ir (arba) akustinėmis priemonėmis visiškai atskiriamos nuo kitų programos dalių". Direktyvos 11 straipsnio 1 dalies pirmame sakinyje numatyta, kad „reklama yra įterpiama tarp programų", o šio straipsnio 2 dalyje nurodoma, kad „programose, susidedančiose iš savarankiškų dalių, arba sporto programose ar panašaus pobūdžio renginiuose ir pasirodymuose, kuriuose būna daromos pertraukos, reklama įterpiama tik tarp atskirų dalių arba per pertraukas".

27 Reikia konstatuoti, kad atsižvelgiant į generalinio advokato išvados 48–52 punktuose pateiktus motyvus, pagrindinėje byloje netiesioginė alkoholinių gėrimų televizijos reklama, kai retransliuojant sporto renginius ekrane matomi reklamos stendai, nėra išskirtinis pranešimas per televiziją, kuriuo siekiama skatinti pirkti prekes ar naudotis paslaugomis. Dėl aiškių priežasčių neįmanoma šią reklamą rodyti tik per pertraukas arba tarp atskirų televizijos programos dalių. Galiausiai reklamos stendų vaizdai, kurie yra antraplaniai, palyginti su perduodamais vaizdais, ir parodomi nereguliariai bei netikėtai pagal šios retransliacijos reikalavimus, retransliuojant neturi jokio išskirtinio požymio.

28 Todėl tokia netiesioginė televizijos reklama nelaikytina „televizijos reklama" Direktyvos 89/552/EEB prasme, ir todėl ši direktyva jai netaikoma.

29 Taigi atsakymas į pirmą klausimą yra toks: Direktyvos 89/552/EEB 2 straipsnio 2 dalies pirmosios pastraipos pirmasis sakinys neprieštarauja tam, kad valstybė narė draustų jos teritorijoje parduodamų alkoholinių gėrimų televizijos reklamą, kiek tai susiję su netiesiogine televizijos reklama, kai retransliuojant kitų valstybių narių teritorijoje vykstančias sporto varžybas tarp dviejų valstybių ekrane matomi reklamos stendai.

Tokia netiesioginė televizijos reklama nelaikytina „televizijos reklama" šios direktyvos 1 straipsnio b punkto, 10 ir 11 straipsnių prasme.

Dėl antro klausimo: laisvė teikti paslaugas

30 Antruoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės klausia, ar Sutarties 59 straipsnis (po pakeitimo – EB 49 straipsnis) prieštarauja tam, kad valstybė narė draustų jos teritorijoje parduodamų alkoholinių gėrimų televizijos reklamą, kiek tai susiję su netiesiogine televizijos reklama, kai retransliuojant kitų valstybių narių teritorijoje vykstančias sporto varžybas tarp dviejų valstybių ekrane rodomi reklamos stendai.

31 Pagal Sutarties 59 straipsnį uždraudžiamas bet koks laisvės teikti paslaugas apribojimas, net jeigu jis taikomas neskiriant nacionalinių ir kitų valstybių narių paslaugų teikėjų, kai juo draudžiama ar kitaip trukdoma kitoje valstybėje narėje,

kurioje jis teisėtai teikia analogiškas paslaugas, įsteigto paslaugų teikėjo veikla (šiuo klausimu žr. 1991 m. liepos 25 d. Sprendimo *Säger*, C-76/90, Rink. p. I-4221, 12 punktą ir 2000 m. spalio 3 d. Sprendimo *Corsten*, C-58/98, Rink. p. I-7919, 33 punktą). Be to, laisve teikti paslaugas naudojasi ir paslaugų teikėjas, ir jų gavėjas (šiuo klausimu žr. 1984 m. sausio 31 d. Sprendimo *Luisi ir Carbone*, 286/82 ir 26/83, Rink. p. 377, 16 punktą).

32 Vis dėlto, nesant derinimo priemonių Bendrijos lygiu, laisvė teikti paslaugas gali būti apribota nacionalinės teisės nuostatomis, kurios grindžiamos EB sutarties 56 straipsnio 1 dalyje (po pakeitimo – EB 46 straipsnio 1 dalis), skaitomoje kartu su EB sutarties 66 straipsniu (po pakeitimo – EB 55 straipsnis), nurodytais pagrindais ar privalomaisiais visuomenės intereso pagrindais (žr. 2003 m. lapkričio 6 d. Sprendimo *Gambelli ir kt.*, C-243/01, Rink. p. I-13031, 60 punktą).

33 Šiuo atveju valstybės narės pačios sprendžia, kokį visuomenės sveikatos apsaugos lygį jos nori užtikrinti ir kaip šis lygis turi būti pasiekiamas. Tačiau tai daryti jos gali tik Sutarties nustatytose ribose ir pirmiausia atsižvelgdamos į proporcingumo principą (žr. 1991 m. liepos 25 d. Sprendimo *Aragonesa de Publicidad Exterior ir Publivía*, C-1/90 ir C-176/90, Rink. p. I-4151, 16 punktą), kuris reikalauja, kad priemonės, kurių imamasi, būtų tinkamos siekiamo tikslo įgyvendinimui užtikrinti ir neviršytų to, kas būtina jam pasiekti (konkrečiai žr. minėto sprendimo *Säger* 15 punktą; 1999 m. lapkričio 23 d Sprendimo *Arblade ir kt.*, C-369/96 ir C-376/96, Rink. p. I-8453, 35 punktą; minėto sprendimo *Corsten* 39 punktą ir 2002 m. sausio 22 d. Sprendimo *Canal Satelite Digital*, C-390/99, Rink. p. I-607, 33 punktą).

34 Atsižvelgiant į tai, kad pagrindinės bylos atveju šioje srityje nėra priimtos suderinimo priemonės Bendrijos lygiu, reikia vieną po kito išnagrinėti tris klausimus, t. y., ar egzistuoja laisvės teikti paslaugas apribojimas Sutarties 59 straipsnio prasme, ar galima pateisinti pagrindinėje byloje nagrinėjamą televizijos reklamos transliavimo

tvarką pagal Sutarties 56 straipsnio 1 dalį, skaitomą kartu su jos 66 straipsniu, ir ar ši tvarka yra proporcinga.

35 Visų pirma konstatuotina, kad pagrindinėje byloje nagrinėjama Prancūzijos televizijos reklamos transliavimo tvarka riboja laisvę teikti paslaugas Sutarties 59 straipsnio prasme. Iš tikrųjų ši tvarka, pirma, riboja laisvę teikti reklamos paslaugas, nes reklamos stendųsaininkai prevenciniais sumetimais turi atsisakyti bet kokios alkoholinių gėrimų reklamos vien todėl, kad sporto renginys gali būti retransliuojamas Prancūzijoje. Antra, ši tvarka sudaro kliūčių televizijos programų transliavimo paslaugoms teikti. Iš tikrųjų Prancūzijos transliuotojai turi atsisakyti bet kokio sporto varžybų, per kurias būtų matomi reklamos stendai su Prancūzijoje parduodamų alkoholinių gėrimų reklama, retransliavimo. Be to, ne Prancūzijoje vykstančių sporto varžybų organizatoriai negali parduoti retransliavimo teisių Prancūzijos transliuotojams, jei transliuojant tokiems renginiams skirtas televizijos programas galima išvysti netiesioginę šių alkoholinių gėrimų reklamą.

36 Kaip matyti iš šios dienos sprendimo *Komisija prieš Prancūziją* (C-262/02, Rink. 2004 p. I-6569) 28 ir 29 punktų, šiuo klausimu galima neatsižvelgti į Prancūzijos vyriausybės argumentus dėl, pirma, techninių priemonių, leidžiančių užmaskuoti vaizdus siekiant pasirinktinai paslėpti stendus, kuriuose reklamuojami alkoholiniai gėrimai, ir, antra, dėl nediskriminacinio šios televizijos reklamos transliavimo tvarkos taikymo alkoholiniams gėrimams, nesvarbu, ar jie būtų pagaminti Prancūzijoje, ar užsienyje. Iš tikrųjų, nors ir yra tokių techninių priemonių, jas naudodami Prancūzijos transliuotojai patirtų daug papildomų išlaidų. Tačiau laisvės teikti paslaugas kontekste nagrinėjamu atveju svarbi tik aptariamos paslaugos kilmė.

37 Antra, konstatuotina, kad pagrindinėje byloje nagrinėjama televizijos reklamos transliavimo tvarka siekiama tikslo, susijusio su visuomenės sveikatos apsauga Sutarties 56 straipsnio 1 dalies prasme, o tai pripažino ir generalinis advokatas savo išvados 69 punkte. Iš tikrųjų priemonės, ribojančios alkoholinių gėrimų reklamą ir kuriomis siekiama kovoti prieš piktnaudžiavimą alkoholiu, pateisinamos rūpesčiu dėl visuomenės sveikatos (žr. 1980 m. liepos 10 d. Sprendimo *Komisija prieš Prancūziją*, 152/78, Rink. p. 2299, 17 punktą; minėto sprendimo *Aragonesa de Publicidad Exterior ir Publivía*, 15 punktą ir 2001 m. kovo 8 d. Sprendimo *Gourmet International Products*, C-405/98, Rink. p. I-1795, 27 punktą).

38 Trečia, taip pat svarbu konstatuoti, kad pagrindinėje byloje nagrinėjama televizijos reklamos transliavimo tvarka yra tinkama jos siekiamų visuomenės sveikatos apsaugos tikslų įgyvendinimui užtikrinti. Be to, ji neviršija to, kas reikalinga tokiam tikslui pasiekti. Iš tikrųjų ši tvarka riboja atvejus, kai alkoholinių gėrimų reklamos stendai gali būti matomi per televiziją, ir dėl to ji gali apriboti tokios informacijos perdavimą, kartu mažindama progas, kai televizijos žiūrovai būtų skatinami vartoti alkoholinius gėrimus.

39 Šiuo požiūriu, kaip išplaukia iš minėto šios dienos sprendimo *Komisija prieš Prancūziją* 33–39 punktų, Komisijos ir Jungtinės Karalystės argumentai, kad įrodytų minėtos tvarkos neproporcingumą, yra atmestini.

40 Dėl vienintelio *Bacardi* argumento, kuris nebuvo nagrinėtas šios dienos sprendime *Komisija prieš Prancūziją*, t. y., kad nagrinėjama televizijos reklamos transliavimo tvarka yra netinkama, nes ji nėra skirta alkoholinių gėrimų reklamai, matomai antrame plane, pakanka atsakyti, kad tai yra valstybių narių, kurios pačios sprendžia, kokį visuomenės sveikatos apsaugos lygį jos nori užtikrinti ir kaip šis lygis turi būti pasiekiamas, laisvas pasirinkimas (žr. minėto sprendimo *Aragonesa de Publicidad Exterior ir Publivía* 16 punktą).

41 Taigi į antrą klausimą reikia atsakyti taip: Sutarties 59 straipsnis neprieštarauja tam, kad valstybė narė draustų jos teritorijoje parduodamų alkoholinių gėrimų televizijos reklamą, kiek tai susiję su netiesiogine televizijos reklama, kai retransliuojant kitų valstybių narių teritorijoje vykstančias sporto varžybas tarp dviejų valstybių ekrane matomi reklamos stendai.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

42 Prancūzijos vyriausybės, Jungtinės Karalystės vyriausybės ir Komisijos, pateikusių Teisingumo Teismui savo pastabas, bylinėjimosi išlaidos nėra atlygintinos. Kadangi šis procesas pagrindinės bylos šalims yra vienas iš etapų prašymą dėl prejudicinio sprendimo pateikusio teismo nagrinėjamoje byloje, bylinėjimosi išlaidų klausimą turi spręsti pastarasis teismas.

Remdamasis šiais motyvais,

TEISINGUMO TEISMAS (didžioji kolegija),

atsakydamas į 2002 m. lapkričio 19 d. Sprendimu *Cour de cassation* pateiktus klausimus, nusprendžia:

1. 1989 m. spalio 3 d. Tarybos direktyvos 89/552/EEB dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų nuostatų, susijusių su

televizijos programų transliavimu, derinimo 2 straipsnio 2 dalies pirmosios pastraipos pirmasis sakinys neprieštarauja tam, kad valstybė narė draustų jos teritorijoje parduodamų alkoholinių gėrimų televizijos reklamą, kiek tai susiję su netiesiogine televizijos reklama, kai retransliuojant kitų valstybių narių teritorijoje vykstančias sporto varžybas tarp dviejų valstybių ekrane matomi reklamos stendai.

Tokia netiesioginė televizijos reklama nelaikytina „televizijos reklama" šios direktyvos 1 straipsnio b punkto, 10 ir 11 straipsnių prasme.

2. **EB sutarties 59 straipsnis (po pakeitimo – EB 49 straipsnis) neprieštarauja tam, kad valstybė narė draustų jos teritorijoje parduodamų alkoholinių gėrimų televizijos reklamą, kiek tai susiję su netiesiogine televizijos reklama, kai retransliuojant kitų valstybių narių teritorijoje vykstančias sporto varžybas tarp dviejų valstybių ekrane matomi reklamos stendai.**

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

Paskelbta 2004 m. liepos 13 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Sekretorius	Pirmininkas
R. Grass	V. Skouris