A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (nagytanács)

2006. december 12.*

A C-380/03. sz. ügyben,

az EK 230. cikk alapján megsemmisítés iránt 2003. szeptember 9-én

a **Németországi Szövetségi Köztársaság,** képviseli M. Lumma, W.-D. Plessing és C.-D. Quassowski, meghatalmazotti minőségben, segítői J. Sedemund, Rechtsanwalt,

felperesnek

az **Európai Parlament** (képviselik: R. Passos, E. Waldherr és U. Rösslein, meghatalmazotti minőségben, kézbesítési cím: Luxembourg)

* Az eljárás nyelve: német.

és

az **Európai Unió Tanácsa** (képviselik: E. Karlsson és J.-P. Hix, meghatalmazotti minőségben)

alperesek ellen,

támogatják:

a **Spanyol Királyság** (képviselik: L. Fraguas Gadea és M. Rodríguez Cárcamo, meghatalmazotti minőségben, kézbesítési cím: Luxembourg),

a **Finn Köztársaság** (képviselik: A. Guimaraes-Purokoski és E. Bygglin, meghatalmazotti minőségben, kézbesítési cím: Luxembourg),

a **Francia Köztársaság** (képviselik: G. de Bergues és R. Loosli-Surrans, meghatalmazotti minőségben, kézbesítési cím: Luxembourg),

az **Európai Közösségek Bizottsága,** (képviselik: M.-J. Jonczy és L. Pignataro-Nolin, valamint F. Hoffmeister, meghatalmazotti minőségben, kézbesítési cím: Luxembourg)

beavatkozók,

benyújtott keresete tárgyában,

A BÍRÓSÁG (nagytanács),

tagjai: V. Skouris elnök, P. Jann, C. W. A. Timmermans, K. Lenaerts, P. Kūris és Juhász E. tanácselnökök, J. N. Cunha Rodrigues (előadó), R. Silva de Lapuerta, K. Schiemann, G. Arestis, A. Borg Barthet, M. Ilešič és J. Malenovský bírák,

főtanácsnok: P. Léger,
hivatalvezető: K. Sztranc-Sławiczek tanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2005. december 6-i tárgyalásra

a főtanácsnok indítványának a 2006. június 13-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

1 Keresetében a Németországi Szövetségi Köztársaság (a továbbiakban: felperes) a tagállamok dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítéséről szóló, 2003. május 26-i 2003/33/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 152., 16. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 7. kötet, 460. o., a továbbiakban: irányelv) 3. és 4. cikkének megsemmisítését kéri a Bíróságtól.

2 A 2003/33 irányelvet az Európai Parlament és az Európai Unió Tanácsa a dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről szóló, 1998. július 6-i 98/43/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 213., 9. o.) Bíróság által történt megsemmisítését (a C-376/98. sz., Németország kontra Parlament ügyben 2000. október 5-én hozott ítélet [EBHT 2000., I-8419. o.] a továbbiakban: dohányreklámról szóló ítélet) követően fogadta el az Európai Parlament és a Tanács.

Jogi háttér

3 Az irányelv ugyanazon jogalapokon került elfogadásra, mint a 98/43 irányelv. Ez utóbbi mintájára az irányelv a dohánytermékeknek a televíziótól eltérő médiumokban történő reklámozását és szponzorálását szabályozza.

4 Az irányelv első preambulumbekezdése szerint, egyrészt a nemzeti jogszabályok közötti különbségek okán, a sajtóban történő reklámozás esetében már felmerültek bizonyos akadályok a termékek és a szolgáltatások tagállamok közötti szabad mozgásának tekintetében, másrészt pedig ugyanezen körülmények között a versenyfeltételek torzulásai már észrevehetők voltak bizonyos nagyobb sport- és kulturális rendezvények szponzorálásával kapcsolatban.

5 Az irányelv negyedik preambulumbekezdése így rendelkezik:

„A belső piacon a kiadványok, úgymint folyóiratok, napilapok és magazinok terjesztése a szabad mozgás akadályoztatása észrevehető kockázatának van kitéve a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései miatt, amelyek tiltják

vagy szabályozzák a dohánytermékek reklámozását az ilyen sajtótermékekben. Valamennyi ilyen sajtótermék szabad mozgásának a belső piac egész területén történő biztosítása érdekében szükséges a dohánytermékek reklámozását azokra a magazinokra és folyóiratokra korlátozni, amelyeket nem a nagyközönségnek szánnak, úgymint a kizárólag a dohányiparban dolgozó szakembereknek szánt, illetve harmadik országokban nyomtatott és kiadott, elsősorban nem a Közösség piacára szánt kiadványokra."

6 Az irányelv ötödik preambulumbekezdése értelmében:

„A tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései, amelyek bizonyos dohánytermékek számára előnyös, határokon átnyúló hatású szponzorálási típusokra vonatkoznak, a belső piacon e tevékenység versenyfeltételei torzulásának észrevehető kockázatát eredményezik. E torzulások kiküszöbölése érdekében az ilyen szponzorálást kizárólag az olyan, országhatárokon átnyúló hatású tevékenységek és rendezvények esetében szükséges megtiltani, amelyek egyébként a reklámozás közvetlen formáira vonatkozó korlátozások kijátszásának eszközei lehetnének, a pusztán országos szintű szponzorálás szabályozása nélkül."

7 Az irányelv hatodik preambulumbekezdése előírja:

„A dohánytermékek reklámozásának egyik eszköze az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások használata, amely e szolgáltatások nagyközönség általi fogyasztásának és elérhetőségének növekedésével együtt fokozódik. Az ilyen szolgáltatások, valamint a rádiós műsorszolgáltatás, amely szintén továbbítható az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások révén, a fiatal fogyasztók számára különösen vonzóak és hozzáférhetőek. A dohánytermékek reklámozása ebben a két médiumban természeténél fogva országhatárokon átnyúló természetű, és közösségi szinten szabályozandó."

8 Az irányelv 3. cikke előírja:

„(1) A sajtóban és más nyomtatott kiadványokban [helyesen: médiumokban] történő reklám kizárólag a dohányipar szakemberei számára szánt kiadványokra, és harmadik országokban nyomtatott és kiadott olyan kiadványokra korlátozódik, amelyeket elsősorban nem a közösségi piacra szánnak.

A sajtóban és más nyomtatott kiadványokban [médiumokban] történő minden egyéb reklám tilos.

(2) A sajtóban és más nyomtatott kiadványokban [médiumokban] nem megengedett reklám tilos az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban is."

9 Az irányelv 4. cikke értelmében:

„(1) A dohánytermékek rádióban történő reklámozásának minden formája tilos.

(2) Rádióműsorokat nem szponzorálhatnak olyan vállalkozások, amelyek elsődleges tevékenysége dohánytermékek gyártása vagy értékesítése."

10 Az irányelv 5. cikke értelmében:

„(1) Több tagállamot érintő vagy több tagállamban zajló, vagy más módon, határokon átnyúló hatást gyakorló rendezvények és tevékenységek szponzorálása tilos.

(2) Tilos a dohánytermékek ingyenes terjesztése az (1) bekezdésben említett rendezvények szponzorálásával összefüggésben, amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása az ilyen termékek reklámozása."

11 Az irányelv 8. cikke előírja:

„A tagállamok nem tilthatják meg és nem korlátozhatják az ennek az irányelvnek megfelelő termékek és szolgáltatások szabad mozgását."

A felek kereseti kérelmei

12 A felperes azt kéri, hogy a Bíróság:

– semmisítse meg az irányelv 3. és 4. cikkét,

– kötelezze az alpereseket a költségek viselésére.

13 A Parlament és a Tanács azt kéri, hogy a Bíróság:

– utasítsa el a keresetet,

– kötelezze a felperest a költségek viselésére.

14 A Parlament másodlagosan azt kéri a Bíróságtól, hogy – amennyiben az indokolási kötelezettség vagy az együttdöntési eljárás formális megsértése miatt az irányelv megsemmisítését rendeli el – az EK 231. cikknek megfelelően a jogterület új szabályozásának elfogadásáig maradjanak hatályban a megsemmisített irányelv joghatásai.

15 A Bíróság elnöke 2004. január 6-i és március 2-i végzésével a Spanyol Királyság, a Francia Köztársaság, a Finn Köztársaság és az Európai Közösségek Bizottsága részére megengedte a beavatkozást a Parlament és a Tanács kérelmeinek támogatása végett.

A keresetről

16 Keresetének alátámasztására a felperes öt jogalapra hivatkozik. Elsődlegesen, először is azt állítja, hogy az EK 95. cikk nem jelent megfelelő jogalapot az irányelv számára, másodszor pedig azt, hogy irányelvet az EK 152. cikk (4) bekezdése c) pontjának megsértésével fogadták el. A felperes másodlagosan az EK 251. cikkben előírt indokolási kötelezettségnek, az együttdöntési eljárásnak, valamint az arányosság elvének megsértésére hivatkozik.

Az első, az EK 95. cikk – mint jogalap – téves megjelölésén alapuló jogalapról

A felek érvei

17 A felperes azt állítja, hogy a megtámadott irányelv 3. és 4. cikkének elfogadása céljából az EK 95. cikkre történő hivatkozás feltételei nem állnak fenn. Ugyanis az e cikkekben szereplő tilalmak egyike sem járul hozzá hatékonyan az áruk szabad mozgása akadályainak felszámolásához, sem pedig a verseny jelentős torzulásainak megszüntetéséhez.

18 Az irányelv 3. cikkének (1) bekezdésében szereplő „sajtó és más nyomtatott kiadványokat [médiumokat]" illetően, a termékek több mint 99,9%-a nem több tagállamban, hanem csak helyi vagy regionális szinten kerül értékesítésre, oly módon, hogy a dohánytermékek reklámjának e rendelkezésben előírt tilalma csak érintőlegesen kapcsolódik a kereskedelem akadályai felszámolásának megkövetelt szükségességéhez.

19 Ami az úgynevezett „sajtótermékeket"illeti, ezek csak ritkán alkotják tárgyát a tagállamok közötti kereskedelemnek, nemcsak nyelvi vagy kulturális okokból, hanem a kiadói politika okán is. A sajtótermékek tagállamok közötti mozgásának nincs tényleges akadálya, még akkor sem, ha egyes tagállamok megtiltják a dohány sajtó útján történő reklámozását, mivel a külföldi sajtóra nem vonatkozik az e tagállamokban hatályban lévő tilalom.

20 A felperes szerint ugyanez vonatkozik az irányelv 3. cikkének (1) bekezdésében szereplő „más nyomtatott kiadványok [médiumok]" fogalmára is, amely olyan kiadványok széles skáláját foglalja magában, mint a helyi egyesületek értesítői, a kulturális rendezvények programjai, a plakátok, a telefonkönyvek, valamint a különféle reklámjellegű szórólapok és prospektusok. E kiadványok címzettje kizárólag a helyi lakosság, és nem rendelkeznek semmiféle határokon átnyúló jelleggel.

21 Az irányelv 3. cikkének (1) bekezdése nem felel meg a verseny jelentékeny torzulásai megszüntetésére irányuló célkitűzésnek. Nincs ugyanis versenytársi viszony valamely tagállam és egy másik tagállam kiadványai között, sem pedig a szélesebb körben terjesztett napilapok, folyóiratok és magazinok, valamint a hasonló külföldi napilapok, folyóiratok és magazinok között.

22 Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások tekintetében az irányelv 3. cikkének (2) bekezdése nem járul hozzá hatékonyan az áruk szabad mozgása és a szolgáltatásnyújtás szabadsága akadályainak felszámolásához, sem pedig a verseny torzulásainak megszüntetéséhez. A felperes szerint a más tagállamokból származó nyomtatott kiadványok interneten keresztül történő olvasása mellékes kérdés, és az e szolgáltatásokhoz való világszintű hozzáférés szabadsága okán ez egyébként sem ütközik technikai akadályokba.

23 Hasonlóképpen, a felperes szerint az EK 95. cikknek az irányelv jogalapjaként való kiválasztása a rádióban történő reklámozás és a rádióműsorok szponzorálásának ugyanezen irányelv 4. cikkében előírt tilalma vonatkozásában téves, mivel a rádióadások legnagyobb többsége helyi vagy regionális közönségnek szól, és az adók gyenge teljesítménye miatt ezek az adások valamely meghatározott régión kívül

nem foghatók. Továbbá, mivel a dohánytermékek rádióban történő reklámozása a legtöbb tagállamban tilos, ezen – az irányelv 4. cikkének (1) bekezdésében foglalt – tilalom nem indokolt. Ugyanez vonatkozik a rádióműsorok szponzorálásának az irányelv 4. cikke (2) bekezdésében előírt tilalmára is.

24 Végül, a dohánytermékek reklámozásának az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalma vonatkozásában az EK 95. cikk nem megfelelő jogalap, mivel e tilalmak célja nem a belső piac megteremtésének és működésének javítása, hanem kizárólag a közegészség védelme. A felperes úgy ítéli meg, hogy az EK 95. cikknek az irányelv jogalapjaként történő alkalmazása ellentétes az EK 152. cikk (4) bekezdésének c) pontjával is, amely a közegészség területén kifejezetten kizárja a tagállamok törvényi és rendeleti rendelkezéseinek bármilyen összehangolását.

25 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók azt állítják, hogy az irányelv 3. és 4. cikkét érvényesen fogadták el az EK 95. cikk alapján, és e cikkek nem ellentétesek az EK 152. cikk (4) bekezdésének c) pontjával.

26 Azt állítják, hogy a dohánytermékek reklámozásának és szponzorálásának az irányelv 3. és 4. cikkében előírt tilalma e termékeknek a folyóiratokban, magazinokban és napilapokban történő reklámozásának tilalmára korlátozódik, és nem terjed ki a felperes által hivatkozott egyéb olyan kiadványokra, mint a helyi egyesületek értesítői, a kulturális rendezvények programjai, a plakátok, a telefonkönyvek, valamint a szórólapok és a prospektusok.

27 Arra hivatkoznak tehát, hogy a sajtótermékek Közösségen belüli kereskedelme vitathatatlan tény, és hogy – amint az az irányelv második és negyedik preambulumbekezdéséből is következik – léteznek határokon átnyúló hatások is,

valamint fennáll a belső piacon történő szabad mozgásnak a tagállamok nemzeti jogszabályai közötti különbségekből eredő korlátozása észrevehető kockázata is. Ez a kockázat növekedhet az új tagállamok csatlakozása, és az ezen államok jogszabályai közötti különbségek okán.

28 A sajtóban és más nyomtatott kiadványokban történő reklámozás tilalmát illetően a Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók vitatják a felperes által bemutatott, kizárólag a német piacra vonatkozó statisztikai elemzés relevanciáját, amely nem vonatkozhat az egész Európai Közösségre, ugyanis a jelenleg „médiakonvergenciának" nevezett jelenség jelentősen hozzájárul a sajtótermékek Közösségen belüli kereskedelmének fejlődéséhez, mivel számos napilap, folyóirat és magazin már hozzáférhető az interneten, és valamennyi tagállamban terjesztik is ezeket.

29 Hangsúlyozzák, hogy a helyi vagy országos terjesztésű sajtó és az európai vagy nemzetközi terjesztésű sajtó között nehéz, tulajdonképpen lehetetlen különbséget tenni, és a dohánytermékek határokon túli terjesztéssel rendelkező kiadványokban történő reklámozásának megtiltása a tisztán helyi vagy országos kiadványok kizárásával e tilalom határait különösen bizonytalanná tenné. Ez a megkülönböztetés tehát ellentétes az irányelvnek a tagállamok dohánytermékek reklámozására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítésére irányuló célkitűzésével.

30 Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokat és a dohánytermékek e szolgáltatásokban történő reklámozásának az irányelv 3. cikkének (2) bekezdésében foglalt tilalmát illetően a Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók vitatják a felperes azon állítását, miszerint az információs társadalom szolgáltatásai tekintetében nem léteznek akadályok a kereskedelem előtt.

31 Arra hivatkoznak, hogy a dohánytermékeknek az információs társadalom szolgáltatásaiban történő reklámozása tilalmát a dohánytermékek sajtóban és egyéb nyomtatott kiadványokban történő reklámozása tilalmának az interneten található médiumok felhasználása általi kijátszásának kérdése és a verseny torzulása tette szükségessé. A médiakonvergencia jelenlegi állapotában a nyomtatott kiadványok és a rádióközvetítések már az interneten is hozzáférhetők. Az „e-paper" fejlődése hangsúlyosabbá fogja tenni e folyamatot.

32 A dohánytermékek rádióban történő reklámozásának az irányelv 4. cikkének (1) bekezdésében előírt tilalmát illetően a Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók úgy ítélik meg, hogy nem vonható komolyan kétségbe a rádióközvetítések határokon átnyúló jellege, mivel a földi frekvenciák jelentősen túlnyúlnak a tagállamok határain, és a rádióműsorokat egyre inkább műholdon vagy kábelen keresztül közvetítik.

33 Azt állítják továbbá, hogy az irányelv tizennegyedik preambulumbekezdése kifejezetten hivatkozik a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 1989. október 3-i 89/552/EGK tanácsi irányelvre (HL L 298., 23. o.; magyar nyelvű különkiadás 6. fejezet, 1. kötet, 224. o.), amelynek 13. cikke és 17. cikkének (2) bekezdése megtiltja a dohánytermékek televíziós hirdetésének minden formáját és a televíziós programoknak a dohányhoz kapcsolódó tevékenységet végzők általi minden szponzorálását.

34 A dohánytermékek rádióban történő reklámozásának és a rádióműsorok szponzorálásának az irányelv 3. és 4. cikkében előírt tilalma a 89/552 irányelvben előírt tilalommal párhuzamos tilalomnak minősül.

35 Az a körülmény, hogy a rádióban történő reklámozás majdnem minden tagállamban tilos, nem akadályozza meg, hogy közösségi szinten új jogszabályokat vezessenek be.

A Bíróság álláspontja

36 Az EK 95. cikk (1) bekezdése értelmében a Tanács elfogadja a tagállamok olyan törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítésére vonatkozó intézkedéseket, amelyek tárgya a belső piac megteremtése és működése.

37 E tekintetben emlékeztetni kell arra, hogy bár a nemzeti szabályozások eltérő volta önmagában nem indokolja az EK 95. cikkre történő hivatkozást, más a helyzet viszont a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései közötti olyan eltérések esetében, amelyek gátolják az alapvető szabadságok érvényesülését, és ezáltal közvetlenül érintik a közös piac működését (lásd ebben az értelemben a fent hivatkozott dohányreklámról szóló ítélet 84. és 95. pontját; a C-491/01. sz., British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben 2002. december 10-én hozott ítélet [EBHT 2002., I-11453. o.] 60. pontját; a C-434/02. sz. Arnold André-ügyben 2004. december 14-én hozott ítélet [EBHT 2004., I-11825. o.] 30. pontját; a C-210/03. sz., Swedish Match ügyben 2004. december 14-én hozott ítélet [EBHT 2004., I-11893. o.] 29. pontját és a C-154/04. és C-155/04. sz., Alliance for Natural Health és társai egyesített ügyekben 2005. július 12-én hozott ítélet [EBHT 2005., I-6451. o.] 28. pontját).

38 Szintén a Bíróság állandó ítélkezési gyakorlatából következik, hogy bár az EK 95. cikkre, mint jogalapra akkor lehet hivatkozni, ha a nemzeti szabályozások eltérő alakulásából adódó jövőbeni kereskedelmi akadályok megelőzése a cél, az ilyen akadályok keletkezésének valószínűnek kell lennie, és a kifogásolt intézkedésnek ezen akadályok megelőzésére kell irányulnia. (a C-350/92. sz., Spanyolország kontra Tanács ügyben 1995. július 13-án hozott ítélet [EBHT 1995., I-1985. o.] 35. pontja; a C-377/98. sz., Hollandia kontra Parlament és Tanács ügyben 2001. október 9-én hozott ítélet [EBHT 2001., I-7079. o.] 15. pontja; a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 61. pontja; a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 31. pontja; a fent hivatkozott Swedish Match ügyben hozott ítélet 30. pontja és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 29. pontja).

39 A Bíróság azonban azt is kimondta, hogy amennyiben az EK 95. cikkre, mint jogalapra történő hivatkozás feltételei teljesülnek, a közösségi jogalkotót nem lehet megakadályozni abban, hogy erre a jogalapra hivatkozzon, tekintettel arra, hogy a közegészség védelme meghatározó a jogalap megválasztása során. (a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 62. pontja; a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 32. pontja; a fent hivatkozott Swedish Match ügyben hozott ítélet 31. pontja és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 30. pontja).

40 Ki kell emelni, hogy az EK 152. cikk (1) bekezdésének első albekezdése szerint valamennyi közösségi politika és tevékenység meghatározása és végrehajtása során biztosítani kell az emberi egészség védelmének magas szintjét, és hogy az EK 95. cikk (3) bekezdése pedig kifejezetten megköveteli a védelem magas szintjének biztosítását a harmonizáció során. (a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 62. pontja, a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 33. pontja, a Swedish Match ügyben hozott ítélet 32. pontja és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 31. pontja).

41 Az előbbiekből következik, hogy ha léteznek kereskedelmi akadályok, vagy valószínű, hogy a jövőben felmerülnek ilyenek amiatt, mert a tagállamok eltérő intézkedéseket hoztak vagy hoznak valamely termékkel vagy termékekkel kapcsolatban, és ezáltal a védelem különböző szintjeit biztosítják, az érintett termék vagy termékek szabad mozgását akadályozva ezzel a Közösségen belül, az EK 95. cikk felhatalmazza a közösségi jogalkotót arra, hogy egyrészt az említett cikk (3) bekezdésével, másrészt az EK-Szerződésben szereplő vagy az ítélkezési gyakorlat által kialakított jogelvekkel – különösen az arányosság elvével – összhangban lévő megfelelő eszközök elfogadásával beavatkozzon (a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 34. pontja, a fent hivatkozott Swedish Match ügyben hozott ítélet 33. pontja és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 32. pontja).

42 Azt is meg kell állapítani, hogy az EK 95. cikkben szereplő „[jogszabályok] közelítésére vonatkozó intézkedések" kifejezéssel a Szerződés alkotói a kívánt eredmény elérése céljából – a harmonizálandó terület általános összefüggései és

sajátos körülményei függvényében – mérlegelési jogkört kívántak biztosítani a közösségi jogalkotó számára a közelítés legmegfelelőbb módját illetően, különösen azokban a tárgykörökben, amelyeket összetett műszaki sajátosságok jellemeznek (lásd a C-66/04. sz., Egyesült Királyság kontra Parlament és Tanács ügyben 2005. december 6-án hozott ítélet (EBHT 2005., I-10553. o.] 45. pontját és a C-217/04. sz., Egyesült Királyság kontra Parlament és Tanács ügyben 2006. május 2-án hozott ítélet [EBHT 2006., I-3771. o.] 43. pontját).

43 E körülmények függvényében ezek a megfelelő eszközök jelenthetik valamennyi tagállam kötelezését az érintett termék vagy termékek forgalmazásának engedélyezésére, az ilyen engedélyezési kötelezettség bizonyos feltételekhez kötését, vagy e termék vagy termékek forgalmazásának átmeneti vagy végleges tilalmát (a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 35. pontja, a fent hivatkozott Swedish Match ügyben hozott ítélet 34. pontja és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 33. pontja).

44 A fenti elvek fényében a Bíróságnak meg kell vizsgálnia, hogy az EK 95. cikkre, mint az irányelv 3. és 4. cikkének jogalapjára történő hivatkozás feltételei teljesültek-e.

45 Előzetesen emlékeztetni kell arra, hogy a Bíróság már megállapította, hogy a 98/43 irányelv elfogadása idején léteztek a dohánytermékek reklámozására vonatkozó nemzeti jogszabályok eltérései, valamint azt, hogy e jogszabályok egyre inkább szigorúbakká válnak (a fent hivatkozott dohányreklámról szóló ítélet 96. és 97. pontja).

46 Bizonyos, hogy e termékek tekintetében, amint arra az irányelv első preambulumbekezdése is hivatkozik, az irányelv elfogadása idején a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései eltéréseket mutattak. A Bizottság írásbeli észrevételeiben szereplő adatok szerint ugyanis az irányelv javaslatának előterjesz-

tésekor e termékek reklámozását és/vagy szponzorálását hat tagállamban részlegesen, négy tagállamban teljesen tiltották, az öt további tagállamban pedig a teljes tilalmat elrendelő szabályozást terveztek.

47 Tekintetbe véve továbbá az Európai Unió tíz új tagállammal történő bővítését, ezen eltérések növekedésének észrevehető kockázata állt fenn. A Bizottság szerint egyes új tagállamok a dohánytermékek reklámozásának és szponzorálásának teljes tilalmát tervezték, míg más tagállamok e tilalmak bevezetését bizonyos feltételekhez kötötték.

48 Az a körülmény, hogy az irányelv elfogadásának idején, amint ezt a nyolcadik preambulumbekezdés is hangsúlyozza, az Egészségügyi Világszervezet keretében a dohányzásellenes küzdelemre vonatkozó keretegyezmény (a továbbiakban: WHO egyezmény) kidolgozásával kapcsolatos tárgyalások folytak, nem teszi vitathatóvá ezt a megállapítást.

49 Bizonyos, hogy a WHO egyezmény célja az, hogy elsősorban a dohánytermékek reklámozása, promóciója és szponzorálása teljes tilalmának előírása által a dohánytermékek fogyasztását csökkentse. Ugyanakkor e WHO egyezmény az irányelvet követően lépett hatályba, és nem ratifikálták valamennyi tagállamban.

50 Továbbá, a WHO egyezményt aláíró tagállamok a 13. cikk (2) bekezdésének értelmében az egyezmény hatálybalépését követő öt éven belül szabadon döntenek arról, hogy vagy teljes tilalmat vezetnek be a dohány reklámozása, promóciója és szponzorálása tekintetében, vagy – ha alkotmányuk vagy alkotmányos alapelveik következtében nincsenek abban a helyzetben, hogy teljes tilalmat vezessenek be – korlátozásokat fogadnak el e tekintetben.

51 Ebből következik, hogy az irányelv elfogadásának idején a tagállamoknak a dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó szabályozásai között olyan eltérések mutatkoztak, amelyek indokolták a közösségi jogalkotó beavatkozását.

52 E körülményekre figyelemmel kell megvizsgálni ezen, az irányelv 3. és 4. cikke által szabályozott jogterületeken mutatkozó eltéréseknek a belső piac megteremtéséra és működésére gyakorolt hatását, annak megállapítása céljából, hogy a közösségi jogalkotó a vitatott rendelkezések elfogadásakor alkalmazhatta-e jogalapként az EK 95. cikket.

53 A sajtótermékek piaca – mint a rádió piaca – olyan piac, amelyen a tagállamok közötti kereskedelem viszonylag jelentős, és elsősorban a *par excellence* határokon átnyúló médiának minősülő, internettel kapcsolatos médiumok okán folyamatosan fejlődik.

54 Ami először is a sajtótermékeket illeti, a napilapok, folyóiratok és magazinok forgalmazása közös tény minden tagállamban, és nem korlátozódik az azonos nyelvű tagállamokra. A más tagállamokból származó kiadványok a Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók által a tárgyaláson ismertetett és nem vitatott adatai szerint egyes esetekben a forgalomban lévő kiadványok több mint felét alkotják. A papíralapú sajtótermékek közösségen belüli kereskedelméhez hozzá kell számítani az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások által hozzáférhetővé vált sajtótermékeket, különösen az internetet, amely a más tagállamokban terjesztett kiadványokhoz közvetlen és valós időben történő hozzáférést tesz lehetővé.

55 Hozzá kell tenni, hogy az irányelv elfogadásának időpontjában, amint az a jelen ítélet 46. pontjában is megállapításra került, már több tagállam is tiltotta a dohánytermékek reklámozását, míg más tagállamok e tilalom bevezetését tervezték. Követke-

zésképpen léteztek eltérések a tagállamok nemzeti szabályozásai között, és ezek az eltérések, a felperes állításával szemben, olyan jellegűek voltak, hogy akadályozhatták az áruk szabad mozgását és a szolgáltatásnyújtás szabadságát.

56 Egyrészt ugyanis a dohánytermékek reklámozását tiltó vagy korlátozó intézkedések alkalmasak arra, hogy jobban akadályozzák a más tagállamokból származó termékek piacra jutását, mint a belföldi termékekét.

57 Másrészt, az ilyen intézkedések abban a tagállamban, ahol hatályban vannak, korlátozzák az e tagállamban letelepedett vállalkozások azon lehetőségét, hogy a valamely más tagállamban letelepedett hirdetők számára reklámhelyeket ajánljanak fel kiadványaikban, és ily módon hatással vannak a határokon túli szolgáltatások nyújtására. (ebben az értelemben lásd a C-405/98. sz., Gourmet International Products ügyben 2001. március 8-án hozott ítélet [EBHT 2001., I-1795. o.] 38. és 39. pontját).

58 Továbbá, még ha a valóságban egyes kiadványok nem kerülnek forgalmazásra más tagállamokban, akkor is igaz, hogy a dohánytermékek reklámozására vonatkozó eltérő jogszabályok elfogadása biztosan jogi akadályokat keletkeztet, vagy alkalmas arra, hogy keletkeztessen a sajtó és egyéb nyomtatott kiadványok [médiumok] kereskedelmének tekintetében (ebben az értelemben lásd a dohányreklámról szóló ítélet 97. pontját). Ezen akadályok tehát egyaránt léteznek az elsősorban a helyi, regionális vagy országos piacon forgalmazott kiadványok tekintetében is, amelyeket esetleg csak kivételesen vagy kis mennyiségben értékesítenek más tagállamokban.

59 Megállapítható tehát, hogy egyes, a dohánytermékek reklámját megtiltó tagállamok kizárják e tilalom alól a külföldi sajtótermékeket. Márpedig az a tény, hogy ezek a tagállamok a szóban forgó tilalmat ilyen kivétellel alkalmazzák, megerősíti, hogy

– legalábbis nézetük szerint – jelentős közösségen belüli forgalom tapasztalható a sajtótermékek tekintetében.

60 Végül, az a kockázat, hogy az új tagállamok csatlakozásával új akadályok keletkezhetnek a kereskedelem vagy a szolgáltatások nyújtása szabadságának tekintetében, valósnak bizonyult.

61 Ugyanez a megállapítás vonatkozik a dohánytermékek rádióműsorokban és az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban történő reklámozására. Számos tagállam már szabályozta ezt a jogterületet, illetve tervezi szabályozását. Egyébként figyelembe véve, hogy a vásárlóközönség egyre inkább tudatában van a dohánytermékek fogyasztása egészségre káros jellegének, valószínű, hogy a kereskedelemmel és a szolgáltatásnyújtás szabadságával szembeni új akadályok annak következtében jöttek létre, hogy a tagállamok e fejlődést leképező új szabályokat fogadtak el, melyek célja, hogy hatékonyabban tántorítsanak el e termékek fogyasztásától.

62 Emlékeztetni kell az irányelv hatodik preambulumbekezdésére, amelynek értelmében a dohánytermékek reklámozásának egyik eszköze, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások használata, a dohánytermékek reklámozását lehetővé tévő eszköz, amely e szolgáltatások nagyközönség általi fogyasztásának és elérhetőségének növekedésével együtt fokozódik, és az ilyen szolgáltatások, valamint a rádiós műsorszolgáltatás, amely szintén továbbítható az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások révén, a fiatal fogyasztók számára különösen vonzóak és hozzáférhetőek.

63 A felperes állításával szemben a dohánytermékek e két médium által történő reklámozásának határokon átnyúló jellege van, ami lehetővé teszi a dohányt előállító és forgalmazó vállalkozások számára, hogy olyan marketingstratégiákat fejlesszenek ki, amelyek a székhelyük szerinti tagállamon kívüli ügyfélkör bővítésére irányulnak.

64 Következésképpen nem zárható ki, hogy – mivel a 89/552 irányelv megtiltja a cigaretták és más dohánytermékek reklámozásának minden formáját – a dohánytermékek rádióműsorokban és az információs társadalommal összefüggő egyéb szolgáltatások általi reklámozására vonatkozó nemzeti jogszabályok közötti eltérések olyan jellegűek voltak, hogy e két médium felhasználása által lehetővé vált e tilalom megkerülése.

65 Ugyanez a megállapítás érvényes lehet a rádióműsorok dohánnyal foglalkozó vállalkozások által történő szponzorálására is. A tagállami szabályozások közötti eltérések már az irányelv elfogadásának időpontjában is mutatkoztak, vagy legalábbis léteztek, és ezek az eltérések alkalmasak voltak arra, hogy korlátozzák a szolgáltatások nyújtásának szabadságát, megfosztva ezzel, mint a szolgáltatások címzettjeit, az azokban a tagállamokban letelepedett rádiós műsorszóró intézményeket, ahol tiltó rendelkezések vannak hatályban, a más, olyan tagállamban letelepedett, dohánnyal foglalkozó vállalkozások szponzorálási lehetőségeitől, ahol ilyen tiltó rendelkezések nincsenek hatályban.

66 Ezek az eltérések, amint az az irányelv első és második preambulumbekezdéséből is következik, a verseny torzulásának észrevehető kockázatát eredményezik.

67 Mindenesetre, amint azt a Bíróság az EK 95. cikk alkalmazásának indokolása tekintetében már kimondta, ha megállapításra került, hogy akadályok állnak fenn a kereskedelem tekintetében, akkor nem szükséges a verseny torzulásának bizonyítása (lásd a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 60. pontját).

68 A fentiekből következik, hogy az akadályok és a verseny torzulásának kockázatai olyan jellegűek voltak, hogy indokolták a közösségi jogalkotónak az EK 95. cikken alapuló beavatkozását.

69 Azt kell még megvizsgálni, hogy az irányelv 3. és 4. cikke által szabályozott jogterületen e cikkek célja ténylegesen az áruk szabad mozgása vagy a szolgáltatásnyújtás szabadsága akadályainak megszüntetése vagy megelőzése, illetve a verseny torzulásainak megszüntetése volt-e.

70 Az irányelv 3. cikkét illetően a Bíróság már megállapította, hogy az EK 95. cikk alapján meg lehet tiltani a dohánytermékek reklámozását a magazinokban, folyóiratokban és napilapokban ezen utóbbi termékek szabad mozgásának biztosítása érdekében a 89/552 irányelv mintájára, amelynek 13. cikke, amint az a jelen ítélet 64. pontjában is említésre került, tiltja a dohánytermékek televíziós reklámját (a fent hivatkozott dohányreklámról szóló ítélet 98. pontja).

71 Az ilyen tiltó rendelkezés, amelyet egyformán kell alkalmazni a Közösség egészében, annak elkerülésére irányul, hogy a sajtótermékek Közösségen belüli mozgását ne akadályozza egyik tagállam nemzeti szabályozása sem.

72 Meg kell állapítani, hogy az irányelv 3. cikkének (1) bekezdése kifejezetten megengedi a dohánytermékek reklámozását bizonyos kiadványokban, különösen azokban, amelyeket kizárólag a dohányipar szakembereinek szántak.

73 Továbbá, a 98/43 irányelvvel szemben az irányelv 8. cikke előírja, hogy a tagállamok nem tilthatják meg és nem korlátozhatják az ennek az irányelvnek megfelelő termékek és szolgáltatások szabad mozgását. A 8. cikk következésképpen tiltja, hogy a tagállamok akadályozzák a kizárólag a dohányipar szakembereinek szánt kiadványok Közösségen belüli mozgását, különösen az annál szigorúbb rendelkezések által, mint amennyire a tagállamok ezt szükségesnek ítélik a lakosság egészsége védelmének biztosítása céljából a dohánytermékek reklámozása és szponzorálása területén.

74 Mivel ily módon megtiltja a tagállamok számára, hogy a kizárólag a dohányipar szakembereinek szánt kiadványokban tiltsák a reklámhelyek rendelkezésre bocsátását, az irányelv 8. cikke kifejezi azt az 1. cikk (2) bekezdésében szereplő célkitűzést, amely a belső piac működési feltételeinek javítására irányul.

75 Ugyanez a megállapítás érvényes a szolgáltatásnyújtásnak az irányelv 8. cikkében hivatkozott szabadsága tekintetében is. A tagállamok ugyanis e cikk értelmében nem tilthatják meg és nem korlátozhatják az ezen irányelvnek megfelelő szolgáltatások szabad mozgását.

76 Az irányelvnek a dohánytermékek információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban és a rádióműsorokban történő reklámozását tiltó 3. cikke (2) bekezdése és 4. cikke (1) bekezdése arra irányul, hogy előmozdítsa e rádióműsorok szabad terjesztését és azon információk szabad mozgását, amelyek az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokból erednek.

77 Hasonlóképpen, a rádióműsorok olyan vállalkozások általi szponzorálásának megtiltásával, amelyek elsődleges tevékenysége dohánytermékek gyártása vagy értékesítése, az irányelv 4. cikkének (2) bekezdése arra irányul, hogy a szolgáltatások nyújtásának szabadságát ne akadályozza egyik tagállam nemzeti szabályozása sem.

78 A fentiekből következik, hogy az irányelv 3. és 4. cikkének tényleges célja a belső piac feltételeinek javítása, következésképpen e cikkek az EK 95. cikk alapján fogadhatók el.

79 E következtetést a felperes azon állítása sem teszi vitathatóvá, miszerint az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalom nem a helyi vagy országos jellegű, nem határokon átnyúló hatású reklámhordozókra vonatkozik.

80 Ugyanis az EK 95. cikk, mint jogalap alkalmazása nem előfeltételezi a tagállamok közötti szabad mozgással való tényleges kapcsolat fennállását az e jogalapra alapuló intézkedés által rögzített helyzetek mindegyikében. Amint azt már a Bíróság hangsúlyozta, az EK 95. cikkben foglalt jogalapra való hivatkozás jogosságának tekintetében annak van jelentősége, hogy az e jogalapon elfogadott jogi aktus tényleges célja a belső piac megteremtése és működése feltételeinek javítása legyen (ebben az értelemben lásd a C-465/00., C-138/01. és C-139/01. sz., Österreichischer Rundfunk és társai egyesített ügyekben 2003. május 20-án hozott ítélet [EBHT 2003., I-4989. o.] 41. és 42. pontját, valamint a C-101/01. sz. Lindqvist-ügyben 2003. november 6-án hozott ítélet [EBHT 2003., I-12971. o.] 40. és 41. pontját).

81 E körülményekre tekintettel meg kell állapítani, hogy – amint az a jelen ítélet 78. pontjában is megállapításra került – az irányelv 3. és 4. cikkének tényleges célja a belső piac feltételeinek javítása.

82 Hozzá kell fűzni, hogy az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalom alkalmazási területének határai egyáltalán nem bizonytalanok.

83 E tekintetben meg kell állapítani, hogy az irányelv 3. cikkében foglalt tilalom alkalmazási körének meghatározásakor csak az irányelv német nyelvi változata használja a cikk címében a „nyomtatott termékek" („Druckerzeugnisse") kifejezést, míg a többi nyelvi változat a „nyomtatott kiadványok" [médiumok] kifejezést használja, így igazolva a közösségi jogalkotó azon akaratát, hogy ne emeljen be minden kiadványtípust e tilalom alkalmazási körébe.

84 Továbbá, a felperes azon állításával ellentétben, miszerint az irányelv 3. cikkének (1) bekezdésében használt „nyomtatott kiadványok" [médiumok] kifejezést tágan kell értelmezni, úgy, hogy az magában foglalja a helyi egyesületek értesítőit, a kulturális rendezvények programjait, a plakátokat, a telefonkönyveket, valamint a különféle szórólapokat és prospektusokat, a szóban forgó kifejezés csak az olyan kiadványokra vonatkozik, mint a napilapok, a folyóiratok és a magazinok.

85 Ezt az értelmezést az irányelv negyedik preambulumbekezdése is megerősíti, amelynek értelmében a folyóiratok, napilapok és magazinok terjesztése a szabad mozgás akadályoztatása észrevehető kockázatának van kitéve a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései miatt, amelyek tiltják vagy szabályozzák a dohánytermékek reklámozását az ilyen sajtótermékekben.

86 Mindezen médiumok belső piacon történő szabad mozgásának biztosítása érdekében ugyanezen preambulumbekezdés megállapítja, hogy a dohánytermékek reklámozását azokra a magazinokra és folyóiratokra szükséges korlátozni, amelyeket nem a nagyközönségnek szánnak.

87 Ehhez járul még az a tény is, hogy az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalom meghatározott reklám- vagy szponzorálási formákra vonatkozik, és a 98/43 irányelv előírásaival ellentétben nem jelent általános hatályú tilalmat.

88 A fentiekből következik, hogy az EK 95. cikk megfelelő jogalap az irányelv 3. és 4. cikke tekintetében.

89 Az első jogalap tehát megalapozatlan, ezért el kell utasítani.

A második, az EK 152. cikk (4) bekezdése c) pontjának megkerülésén alapuló jogalapról

A felek érvei

90 A felperes azt állítja, hogy mivel az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalom valódi célja nem a belső piac megteremtésének és működésének javítása, a közösségi jogalkotó a szóban forgó rendelkezések elfogadásával megsértette a közegészségre vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések bármiféle közelítésének az EK 152. cikk (4) bekezdésének c) pontjában foglalt tilalmát.

91 A Bíróság ítélkezési gyakorlatára hivatkozva a Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók azt állítják, hogy az EK 95. cikk mint jogalap alkalmazásának feltételei teljesülnek, a közegészség védelmének célkitűzése egyáltalán nem akadályozza, hogy az e rendelkezésben foglalt intézkedések javítsák a belső piac megteremtésének és működésének feltételeit (lásd ebben az értelemben a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 60. és 62. pontját).

A Bíróság álláspontja

92 Amint az a jelen ítélet 39. pontjában megállapításra került, az állandó ítélkezési gyakorlat szerint amennyiben az EK 95. cikkre, mint jogalapra történő hivatkozás feltételei teljesülnek, a közösségi jogalkotót nem lehet megakadályozni abban, hogy erre a jogalapra hivatkozzon, tekintettel arra, hogy a közegészség védelme meghatározó a jogalap megválasztása során.

93 Az EK 95. cikk (3) bekezdése kifejezetten előírja, hogy a már végrehajtott harmonizációban a lakosság egészségének védelme magas szinten kerüljön biztosításra.

94 Az EK 152. cikk (1) bekezdésének első albekezdése előírja, hogy valamennyi közösségi politika és tevékenység meghatározása és végrehajtása során biztosítani kell az emberi egészség védelmének magas szintjét, és hogy az EK 95. cikk (3) bekezdése pedig kifejezetten megköveteli a védelem magas szintjének biztosítását a harmonizáció során (a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 62. pontja, a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 33. pontja, a fent hivatkozott Swedish Match ügyben hozott ítélet 32. pontja és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 31. pontja).

95 Jóllehet az EK 152. cikk (4) bekezdésének c) pontja kizárja az emberi egészség védelmére és javítására vonatkozó tagállami törvényi és rendeleti rendelkezések bármiféle harmonizációját, e rendelkezésből azonban nem következik, hogy a Szerződés más rendelkezései alapján elfogadott harmonizációs intézkedéseknek ne lehetne hatása az emberi egészség védelmére (lásd a fent hivatkozott dohányreklámról szóló ítélet 77. és 78. pontját).

96 A felperes azon érvelését illetően, miszerint elsősorban a közegészség védelme határozta meg a jogalapoknak a közösségi jogalkotó által történő kiválasztását az irányelv, különösen pedig ennek 3. és 4. cikke elfogadása során, elegendő annak megállapítása, hogy a jelen ügyben teljesülnek az EK 95. cikk alkalmazásának feltételei.

97 Következésképpen a közösségi jogalkotó az irányelv 3. és 4. cikkének az EK 95. cikk alapján történő elfogadásával nem sértette meg az EK 152. cikk (4) bekezdésének c) pontjában foglalt rendelkezéseket.

98 E körülményekre figyelemmel a második jogalap megalapozatlan, és ezért szintén el kell utasítani.

A harmadik, az indokolási kötelezettség megsértésén alapuló jogalapról

A felek érvei

99 A felperes arra hivatkozik, hogy az irányelv megsérti az EK 253. cikkben előírt indokolási kötelezettséget. A kereskedelem tényleges akadályainak fennállása, amelyet a Bíróság feltételként szabott a közösségi jogalkotó hatáskörének tekintetében, sem a rádióban történő reklámozásnak az irányelv 4. cikkében foglalt tilalmát illetően, sem pedig az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban történő reklámozásnak az irányelv 3. cikkének (2) bekezdésében foglalt tilalmát illetően nem kerül említésre. Hasonlóképpen, ezen irányelv preambulumbekezdései sem tesznek említést a verseny jelentős torzulásairól e szolgáltatások vonatkozásában.

100 A felperes szerint az irányelv első preambulumbekezdésében található, a tagállamok jogszabályai közötti eltéréseket megállapító egyszerű utalás nem elegendő ahhoz, hogy megalapozza a közösségi jogalkotó hatáskörét. Ugyanez vonatkozik arra a megállapításra is, amely szerint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások és a rádióműsorok természetüknél fogva határokon átnyúló jellegűek.

101 A sajtóban és az egyéb nyomtatott kiadványokban történő reklámozás tilalmát illetően a felperes azt állítja, hogy bár az irányelv első preambulumbekezdése szerint „már felmerültek bizonyos akadályok", mégsem történik semmiféle hivatkozás azon jogszabályokra és a kereskedelem azon akadályaira, amelyek megindokolnák a közösségi jogalkotónak az EK 95. cikk szerinti hatáskörét.

102 Végül, az a sajátos körülményt, hogy az irányelv 3. és 4. cikkében szereplő termékeknek és szolgáltatásoknak csak mellékesen van határokon átnyúló hatása, a felperes szerint azon kérdés értékelésének kellett volna kísérnie, hogy a reklámozás

tilalmának a nem határokon átnyúló helyzetekre történő kiterjesztése az EK 14. cikk szerinti, a belső piac működéséhez szükséges intézkedés-e, ugyanakkor e tekintetben semmiféle értékelés nem történt.

103 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók hangsúlyozzák, hogy a közösségi jogalkotó világosan kifejtette azokat az indokokat, amelyek arra indították, hogy elfogadja az irányelvet, különösen pedig annak első, második és negyedik–hatodik preambulumbekezdését, és az indokolás kötelezettsége nem követeli meg, hogy minden releváns tény- vagy jogkérdés feltüntetésre kerüljön (lásd ebben az értelemben a 87/78. sz. Welding-ügyben 1978. november 30-án hozott ítélet [EBHT 1978., 2457. o.] 11. pontját és a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 165. pontját).

104 Arra hivatkoznak, hogy a dohánytermékek nyomtatott kiadványokban történő reklámozásának az irányelv 3. cikkének (1) bekezdésében foglalt tilalmát az irányelv első és negyedik preambulumbekezdésében a kereskedelemnek a jövőben egyre inkább növekvő akadályai indokolják.

105 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók megjegyzik, hogy az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban történő reklámozás tilalmának indokolását az irányelv hatodik preambulumbekezdése tartalmazza.

106 Hangsúlyozzák, hogy a rádióban történő reklámozást illetően párhuzamot kell vonni a 89/552 irányelvvel, amely 13. cikkében és 17. cikkének (2) bekezdésében megtiltja a dohánytermékek televíziós hirdetésének minden formáját, és a televíziós programoknak a dohányhoz kapcsolódó tevékenységet végzők általi minden szponzorálását.

A Bíróság álláspontja

107 Előzetesen emlékeztetni kell arra, hogy bár az EK-Szerződés 253. cikke által megkövetelt indokolásnak világosan és félreérthetetlenül be kell mutatnia a kifogásolt jogi aktust elfogadó közösségi hatóság érvelését, úgy hogy az érdekeltek megismerhessék a meghozott intézkedés indokait, és a Bíróság gyakorolhassa felülvizsgálatát, nem szükséges, hogy a hatóság valamennyi jelentőséggel bíró tény- és jogkérdésre kitérjen (a C-122/94. sz., Bizottság kontra Tanács ügyben 1996. február 29-én hozott ítélet [EBHT 1996., I-881. o.] 29. pontja; a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 165. pontja; a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 61. pontja; a fent hivatkozott Swedish Match ügyben hozott ítélet 63. pontja és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 133. pontja).

108 Az indokolási kötelezettség betartását nemcsak a jogi aktus szövege alapján kell megítélni, hanem kontextusára és a kérdéses témakörre vonatkozó jogszabályok összességére is tekintettel. Ha a vitatott intézkedés nélkülözhetetlen az intézmény célkitűzésének megvalósulásához, felesleges lenne megkövetelni, hogy az érintett közösségi intézmény az általa választott valamennyi technikai eszközt külön megindokolja (lásd többek között a C-100/99. sz., Olaszország kontra Tanács és Bizottság ügyben 2001. július 5-én hozott ítélet [EBHT 2001., I–5217. o.] 64. pontját; a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 166. pontját; a fent hivatkozott Arnold André-ügyben hozott ítélet 62. pontját; a fent hivatkozott Swedish Match ügyben hozott ítélet 64. pontját és a fent hivatkozott Alliance for Natural Health és társai ügyben hozott ítélet 134. pontját).

109 A jelen ügyben az irányelv első–harmadik és tizenkettedik preambulumbekezdéséből világosan kitűnik, hogy a dohánytermékek reklámozását és szponzorálását tiltó, az irányelv által bevezetett intézkedések célja az áruk vagy szolgáltatások szabad mozgásának a tagállamok e jogterületet szabályozó jogszabályai közötti eltérésekből eredő akadályainak megszüntetése, a közegészség magas szintű védelmének biztosításával.

110 Meg kell továbbá állapítani, hogy e tiltó intézkedések elfogadásának legfontosabb indokai az irányelv 3. és 4. cikkében szereplő minden egyes reklámozási és szponzorálási forma tekintetében meghatározásra kerültek.

111 Elsősorban, a nyomtatott kiadványokban és egyes más kiadványokban történő reklámozás tilalmát illetően az irányelv negyedik preambulumbekezdése szerint a szabad mozgás akadályoztatásának észrevehető kockázata áll fenn a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései miatt, és mivel valamennyi ilyen sajtótermék szabad mozgását a belső piac egész területén biztosítani kell, ezért szükséges a dohánytermékek reklámozását azokra a magazinokra és folyóiratokra korlátozni, amelyeket nem a nagyközönségnek szánnak, úgymint a kizárólag a dohányiparban dolgozó szakembereknek szánt, illetve harmadik országokban nyomtatott és kiadott, elsősorban nem a Közösség piacára szánt kiadványokra.

112 Másodsorban, a rádióban és az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban történő reklámozás vonatkozásában az irányelv hatodik preambulumbekezdése megállapítja e szolgáltatásoknak a fiatalok számára különösen vonzó és hozzáférhető jellegét, amelyek fogyasztása e médiumok felhasználásának növekedésével együtt fokozódik.

113 Harmadsorban, a bizonyos szponzorálási típusok, mint a rádióműsorok és az országhatárokon átnyúló hatású tevékenységek és rendezvények szponzorálása tekintetében az irányelv ötödik preambulumbekezdése megállapítja, hogy a szóban forgó tilalom a reklámozás közvetlen formáira vonatkozó korlátozások lehetséges kijátszásának elkerülésére irányul.

114 E preambulumbekezdésekből kiderül a közösségi jogalkotó által kitűzött cél lényege, nevezetesen a belső piac megteremtésének és működésének javítása az azon

termékek vagy szolgáltatások szabadsága akadályainak felszámolása által, amelyek a dohánytermékek reklámozásának vagy szponzorálásának hordozójául szolgálnak.

115 Végül, meg kell állapítani, hogy az irányelv, a 98/43 irányelv megsemmisítését követően, a Bizottságnak olyan indokolás alapján tett javaslata alapján került elfogadásra, amely kimerítően mutatja be a dohánytermékek reklámozásának és szponzorálásának a tagállamokban hatályban lévő szabályozásai közötti eltéréseket.

116 Ebből következik, hogy az irányelv 3. és 4. cikke teljesíti az EK 253. cikkben előírt indokolási kötelezettséget.

117 A harmadik jogalap tehát megalapozatlan, ezért el kell utasítani.

Az együttdöntési eljárás megsértésén alapuló negyedik jogalapról

A felek érvei

118 A felperes azt állítja, hogy az irányelv az EK 251. cikkben foglalt együttdöntési eljárás megsértésével került elfogadásra. Az irányelv tervezetének a Parlament plenáris ülésén történt megszavazása után a Tanács érdemi módosításokat hajtott végre ezen.

119 A felperes szerint ezek a módosítások túlmennek a különböző nyelvi változatok egyszerű nyelvi vagy fogalmazási módosításán vagy a nyilvánvaló hibák kijavításán. Az irányelv 10. cikkének (2) bekezdését az irányelv elfogadása után tették hozzá a szöveghez, a 11. cikket pedig lényegesen módosították a Parlament által elfogadott változathoz képest, mivel az irányelv hatályba lépésének időpontját előbbre helyezték. Továbbá, az irányelv 3. cikkét is módosították, és ez, legalábbis a német változatban, lehetővé teszi a „nyomtatott kiadványok" [médiumok] fogalmának tágabb értelmezését, amely az irányelv alkalmazási körét is kiszélesíti.

120 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók arra hivatkoznak, hogy az együttdöntési eljárás keretében a jogi aktusokat nemcsak a Tanács fogadja el, hanem az EK 254. cikk értelmében azokat együttesen a Parlament elnöke és a Tanács elnöke is aláírja, akik aláírásukkal igazolják, hogy az irányelv megfelel a Bizottság Parlament által jóváhagyott módosításokon alapuló javaslatának.

121 A Parlament által jóváhagyott szöveg és az együttdöntési eljárás szerint elfogadott szöveg szigorú azonossága összeegyeztethetetlen a fogalmazás minőségének a hivatalos nyelvek nagy számából eredő követelményeivel.

122 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók szerint az irányelvnek a sajtóra és nyomtatott kiadványokra vonatkozó 3. cikke (1) bekezdését illetően, vagy 10. cikke (2) bekezdését illetően, miszerint a tagállamok közlik a Bizottsággal nemzeti joguk azon fő rendelkezéseit, amelyeket az irányelv hatálya által szabályozott terület tekintetében fogadnak el, az irányelven végzett javítások nem haladják meg a jogászati-nyelvészeti korrekció határait.

123 Az irányelv hatálybalépésére vonatkozó 11. cikkének módosítását illetően megjegyzik, hogy ez a módosítás a Tanács jogi aktusaira vonatkozó formai előírásoknak

megfelelően történt, amelyek értelmében az irányelvek közzétételük napján lépnek hatályba, hogy a lehető legjobban el lehessen kerülni az időpontok halmozódását.

A Bíróság álláspontja

124 Jelen keresetében a felperes kizárólag az irányelv 3. és 4. cikkének érvényességét vitatja.

125 Következésképpen az EK 251. cikkben előírt, az irányelv 10. és 11. cikke végleges szövegének elfogadására irányuló együttdöntési eljárás megsértésén alapuló jogalap hatástalan az irányelv 3. és 4. cikke érvényességének értékelése tekintetében.

126 Mindenesetre az irányelv 10. és 11. cikkére vonatkozó módosítások helyesbítés tárgyát képezték, amelyet egyébként senki nem vitatott, és ezt a helyesbítést az EK 254. cikk értelmében a Parlament elnöke és a Tanács elnöke írta alá, majd közzétételre került az *Európai Unió Hivatalos Lapjában.*

127 Az irányelv 3. cikkének módosításai tekintetében meg kell állapítani, hogy – amint arra a főtanácsnok is jogosan emlékeztetett indítványának 197. pontjában – ezek a módosítások, úgy tűnik, nem lépték át a valamely közösségi jogi aktus különböző nyelvi változatai közelítésének határait.

128 A negyedik jogalapot tehát el kell utasítani.

Az ötödik, az arányosság elvének megsértésén alapuló jogalapról

A felek érvei

129 A felperes azt állítja, hogy az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalmak sértik az EK 5. cikk harmadik bekezdésében előírt arányosság elvét.

130 Ezek a rendkívül tágan megfogalmazott tilalmak szinte kizárólagosan helyi vagy regionális helyzetekre is vonatkoznak, és súlyosan sértik az érintett gazdasági környezetek alapvető, a közösségi törvényhozó által védelmezett jogait.

131 Ez vonatkozik a sajtószabadságra és a véleménynyilvánítás szabadságára is, amelyeket a Bíróságnak az emberi jogok és alapvető szabadságok védelméről szóló, 1950. november 4-én Rómában aláírt európai egyezmény (a továbbiakban: Egyezmény) 10. cikkére vonatkozó ítélkezési gyakorlata szerint, különösen a sajtótermékek finanszírozása tekintetében, a reklámbevételek és az akadályok nélküli kereskedelmi kommunikáció által kell biztosítani.

132 Az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt reklámtilalmak, valamint a „reklám" fogalma meghatározása megfogalmazásának rendkívül általános jellegéből az következik, hogy a reklámtilalom kiterjed a dohánytermékek értékesítésére vonatkozó kereskedelmi kommunikáció valamennyi formájának minden közvetett hatására, és az újságírók bizonyos, a dohánytermékek előállításával vagy forgalmazásával kapcsolatos munkái e tilalom alá eshetnek.

133 Az ily módon a sajtószabadságra is kiterjedő érintettség a felperes szerint annál is inkább fontos, mivel a sajtószervek bevételeik 50–60%-át nem termékeik értékesítéséből, hanem a reklámbevételekből nyerik, és a média manapság Európában mély strukturális és konjunkturális válságot él át.

134 Továbbá, az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalmak jogi meg nem felelése abból a tényből ered, hogy azon esetek csekély száma, amelyekben a termékek vagy szolgáltatások határokon átnyúló jellegűek, nem vethető össze a tisztán helyi vagy regionális helyzetekkel, amely helyzetek 99%-ának nincsen semmiféle határokon átnyúló hatása.

135 Ebből következik, hogy a reklám tilalmának a tisztán országos jellegű helyzetekre történő kiterjesztése aránytalan a belső piac harmonizációjának hivatkozott célkitűzéséhez viszonyítva.

136 Ez az intézkedés tehát sem nem arányos, sem nem megfelelő. 3. cikkének (1) bekezdésében maga az irányelv tartalmaz egy megfelelő megoldást, miszerint nem tartoznak e reklámtilalom hatálya alá azok a harmadik országokból származó sajtótermékek, amelyeket elsősorban nem a közösségi piacra szánnak. Semmilyen ok nem magyarázza, hogy ez a megoldás miért nem volt elégséges a Közösség sajtótermékei vonatkozásában is.

137 Hasonlóképpen, semmilyen indokolás nem található a felperes által javasolt azon alternatív megoldás elutasítása tekintetében sem, miszerint a reklám tilalmát a határokon átnyúló hatású tevékenységekre és szolgáltatásokra kellene korlátozni, amely megoldás ugyanakkor szerepel az irányelv 5. cikkében, a szponzorálási tevékenységek vonatkozásában.

138 A felperes úgy ítéli meg, hogy a közösségi jogalkotó célkitűzésének és az alapvető jogok sérelmeinek összevetése azt eredményezi, hogy az irányelv 3. és 4. cikkének megtámadott rendelkezései elfogadhatatlanok. Végső soron ugyanis a közösségi jogalkotó olyan korlátozó intézkedéseket is hozhat, amelyekkel teljes egészében megtiltja a dohánytermékek sajtóban történő reklámozását.

139 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók arra hivatkoznak, hogy a közösségi jogalkotó nem rendelkezik kevésbé kényszerítő eszközzel, mint egy olyan irányelv, amely a belső piac harmonizációja célkitűzésének elérése érdekében megtiltja a reklámot valamennyi nyomtatott médiumban és rádióműsorban.

140 Véleményük szerint a közösségi jogalkotó nem a dohánytermékek reklámozásának teljes tilalmát alkalmazta. Ez a fajta reklám nem tilos a kizárólag a dohányiparban dolgozó szakembereknek szánt, illetve harmadik országokban nyomtatott és kiadott kiadványokban, amennyiben ezeket elsősorban nem a Közösség piacára szánják. Hasonlóképpen, az ilyen reklám nem tiltott az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban sem, ha nem tiltott a sajtóban és az egyéb nyomtatott kiadványokban. Hozzáteszik, hogy a felperes állításával szemben, a nyomtatott kiadványok fogalmába csak a napilapok, a magazinok és a folyóiratok tartoznak.

141 Az alapvető jogok, a sajtószabadság és a véleménynyilvánítás szabadságának a felperes által hivatkozott sérelmét illetően a Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók azt állítják, hogy a véleménynyilvánítás szabadságának gyakorlása az Egyezmény 10. cikkének (1) bekezdése értelmében a törvényben meghatározott, olyan korlátozásoknak vagy szankcióknak vethető alá, amelyek a demokratikus társadalomban a közegészség vagy az erkölcsök védelme céljából szükséges intézkedéseknek minősülnek, és hogy a jelen ügyben a tilalom „a kereskedelmi tájékoztatások minden olyan formáj[ára vonatkozik], amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása egy dohánytermék reklámozása", amint az a „reklám" fogalmának az irányelv 2. cikkének b) pontjában szereplő meghatározásából következik. Következésképpen az újságírók munkáira nem vonatkozik az irányelv 3. és 4. cikke.

142 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók szerint, amint azt már a Bíróság is megállapította, „a hatáskörrel rendelkező hatóságok annak meghatározására irányuló mérlegelési jogköre, hogy megfelelő egyensúly áll-e fenn a véleménynyilvánítás szabadsága és a hivatkozott célkitűzések között, az e jog korlátozását indokoló egyes célok és a szóban forgó egyes tevékenységek jellege szerint változik. Amikor a szabadság gyakorlása nem valamely közérdekű vita céljait szolgálja [...] az ellenőrzés a beavatkozás ésszerű és arányos jellegének vizsgálatára irányul. Ez vonatkozik a véleménynyilvánítás szabadságának kereskedelemben történő alkalmazására is, különösen egy olyan összetett és változó területen, mint a reklám" (a C-71/02. sz. Karner-ügyben 2004. március 25-én hozott ítélet [EBHT 2004., I-3025. o.] 51. pontja).

143 A Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók azt állítják, hogy a közösségi jogalkotó nem lépte át azt a széles mérlegelési jogkört, amellyel ilyen területen rendelkezik, mint a jelen esetben, ahol politikai, gazdasági és szociális döntéseket kell hoznia, és átfogó vizsgálatokat kell lefolytatnia, valamint azt, hogy az irányelv 3. és 4. cikkében előírt tiltó intézkedések szükségesek és megfelelőek a belső piacnak az egészség védelme magas szintjén történő harmonizációja célkitűzésének eléréséhez.

A Bíróság álláspontja

144 Emlékeztetni kell arra, hogy az arányosság elve, mely egyike a közösségi jog általános elveinek, megköveteli, hogy a közösségi rendelkezés által létrehozott eszközök alkalmasak legyenek az elérni kívánt cél megvalósítására, és ne menjenek túl azon, ami annak eléréséhez szükséges (lásd különösen a 137/85. sz., Maizena és társai ügyben 1987. november 18-án hozott ítélet [EBHT 1987., 4587. o.] 15. pontját; a C-339/92. sz., ADM Ölmühlen ügyben 1993. december 7-én hozott ítélet [EBHT 1993., I-6473. o.] 15. pontját és a C-210/00. sz., Käserei Champignon Hofmeister ügyben 2002. július 11-én hozott ítélet [EBHT 2002., I-6453. o.] 59. pontját).

145 Az előző pontban említett feltételek bírói ellenőrzésével kapcsolatban meg kell jegyezni, hogy a közösségi jogalkotó a jelen esethez hasonló területen széles

mérlegelési jogkörrel rendelkezik, ez pedig olyan politikai, gazdasági és szociális tényezők közötti választást követel meg, melyen belül összetett értékelést kell elvégezni. Csupán az e területen meghozott intézkedésnek a hatáskörrel rendelkező intézmények által elérni kívánt céllal kapcsolatos nyilvánvalóan alkalmatlan jellege lehet kihatással az ilyen intézkedés jogszerűségére (ebben az értelemben lásd a C-84/94. sz., Egyesült Királyság kontra Tanács ügyben 1996. november 12-én hozott ítélet [EBHT 1994., I-5755. o.] 58. pontját; a C-233/94. sz., Németország kontra Parlament és Tanács ügyben 1997. május 13-án hozott ítélet [EBHT 1997., I-2405. o.] 55. és 56. pontját; a C-157/96. sz., National Farmers' Union és társai ügyben 1998. május 5-én hozott ítélet [EBHT 1998., I-2211. o.] 61. pontját, valamint a fent hivatkozott British American Tobacco [Investments] és Imperial Tobacco ügyben hozott ítélet 123. pontját).

146 A jelen ügyben, az irányelv 3. és 4. cikkét illetően a jelen ítélet 72–80. pontjában kifejtett elemzésből az következik, hogy e cikkeket azon célkitűzés megvalósításához megfelelő intézkedéseknek lehet minősíteni, amelyre irányulnak.

147 Következésképpen e cikkek, figyelemmel az emberi egészségvédelem magas szintjének biztosítása érdekében a közösségi jogalkotóra háruló kötelezettségre, nem haladják meg azt a mértéket, mint ami e célkitűzés megvalósítása érdekében szükséges.

148 A dohánytermékek nyomtatott kiadványokban történő reklámozásának az irányelv 3. cikkében foglalt tilalma ugyanis nem vonatkozik a dohányiparban dolgozó szakembereknek szánt, illetve harmadik országokban kiadott, elsősorban nem a Közösség piacára szánt kiadványokra.

149 Továbbá, a felperes állításával ellentétben, a közösségi jogalkotó számára nem volt lehetséges, hogy a reklám olyan tilalmát fogadja el, mint kevésbé korlátozó intézkedést, amely nem vonatkozik a helyi vagy regionális piacra szánt kiadványokra, tekintve hogy az ilyen kivétel bizonytalanná tette volna a dohánytermékek reklámjára vonatkozó tilalom alkalmazási körét, ami megakadályozta volna, hogy az irányelv elérje a nemzeti jogalkotások harmonizációjára irányuló célkitűzését a dohánytermékek reklámozásának területén (lásd ebben az értelemben a fent hivatkozott Lindqvist-ügyben hozott ítélet 41. pontját).

150 Ugyanez a megállapítás érvényes a dohánytermékek információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban és rádióműsorokban történő reklámozásának az irányelv 3. cikkének (2) bekezdésében és 4. cikkének (1) bekezdésében foglalt tilalma vonatkozásában.

151 A dohánytermékek e médiumokban történő reklámozásának tilalmát ugyanis, a 89/552 irányelv 13. cikkében foglalt tiltó intézkedés mintájára, nem lehet aránytalannak minősíteni, és ezt végső soron a nyomtatott kiadványokra vonatkozó tilalom e két médium fokozott alkalmazása által, a médiakonvergencia okán történő kijátszásának megelőzése indokolhatja.

152 A rádióműsorok szponzorálásának az irányelv 4. cikkének (2) bekezdésében foglalt tilalmát illetően, az irányelv preambulumbekezdéseiből, különösen az ötödik preambulumbekezdésből nem következik, hogy mivel az ilyen intézkedés, a 89/552 irányelv 17. cikkének (2) bekezdése mintájára, nemcsak a határon átnyúló hatású tevékenységekre vagy rendezvényekre korlátozott, a közösségi jogalkotó túllépte volna e jogterületre vonatkozó mérlegelési jogkörének határait.

153 Ezt az értelmezést a felperes azon állítása sem teszi vitathatóvá, miszerint ezek a tiltó intézkedések oda vezetnek, hogy a sajtóvállalkozások jelentékeny reklámbevételektől esnek el, azaz hozzájárulnak egyes vállalkozások megszűnéséhez, végső soron tehát sértik a véleménynyilvánításnak az Egyezmény 10. cikkében biztosított szabadságát.

154 Emlékeztetni kell arra, hogy az állandó ítélkezési gyakorlat szerint, bár a véleménynyilvánítás szabadságát az Egyezmény 10. cikke kifejezetten elismeri, és a demokratikus társadalmak egyik lényegi alapját alkotja, e szabadság közérdekű céllal indokolt korlátozásoknak vethető alá, amennyiben ezek törvényben meghatározott, a 10. cikk tekintetében valamely jogszerű célnak vagy céloknak megfelelő, és a

demokratikus társadalomban szükséges intézkedéseknek minősülnek, azaz kényszerítő társadalmi szükséglettel igazolható és különösen a kitűzött jogszerű célhoz képest arányos eltérések (lásd ebben az értelemben a C-368/95. sz. Familiapress-ügyben 1997. június 26-án hozott ítélet [EBHT 1997., I-3689. o.] 26. pontját, a C-60/00. sz. Carpenter-ügyben 2002. július 11-én hozott ítélet [EBHT 2002., I-6279. o.] 42. pontját, a C-112/00. sz. Schmidberger-ügyben 2003. június 12-én hozott ítélet [EBHT 2003., I-5659. o.] 79. pontját és a fent hivatkozott Karner-ügyben hozott ítélet 50. pontját).

155 Hasonlóképpen, amint azt a Parlament, a Tanács és az őket támogató beavatkozók helyesen állítják, a hatáskörrel rendelkező hatóságok annak meghatározására irányuló mérlegelési jogköre, hogy megfelelő egyensúly áll-e fenn a véleménynyilvánítás szabadsága és az Egyezmény 10. cikkének (2) bekezdésében hivatkozott közérdekű célkitűzések között, az e jog korlátozását indokoló egyes célok és a szóban forgó egyes tevékenységek jellege szerint változik. Amennyiben létezik bizonyos mérlegelési mozgástér, az ellenőrzés a beavatkozás ésszerű és arányos jellegének vizsgálatára irányul. Ez vonatkozik a véleménynyilvánítás szabadságának a kereskedelemben történő alkalmazására is, különösen olyan összetett és változó területen, mint a reklám (lásd különösen a fent hivatkozott Karner-ügyben hozott ítélet 51. pontját).

156 A jelen ügyben, még azt feltételezve is, hogy a reklámnak és a szponzorálásnak az irányelv 3. és 4. cikkében foglalt tilalma hatására közvetett módon korlátozódik a véleménynyilvánítás szabadsága, az újságírói szabadság, mint olyan, érintetlen marad, mivel az újságírók munkáit e tilalmak következésképpen nem érintik.

157 Meg kell tehát állapítani, hogy a közösségi jogalkotó ezen intézkedések elfogadásával nem lépte át kifejezetten elismert mérlegelési jogkörének határait.

158 Ebből következik, hogy a szóban forgó tiltó intézkedéseket nem lehet aránytalannak minősíteni.

159 Az ötödik jogalap tehát megalapozatlan, ezért el kell utasítani.

160 Mivel a felperes által a keresete alátámasztására hivatkozott jogalapok egyike sem megalapozott, következésképpen el kell azt utasítani.

A költségekről

161 Az eljárási szabályzat 69. cikkének 2. §-a alapján a Bíróság a pervesztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte. Mivel Németországi Szövetségi Köztársaság pervesztes lett, a Parlament és a Tanács kérelmének megfelelően kötelezni kell a költségek viselésére. Ugyanezen szabályzat 69. cikke 4. §-ának értelmében a jogvitába beavatkozó tagállamok és intézmények maguk viselik költségeiket.

A fenti indokok alapján a Bíróság (nagytanács) a következőképpen határozott:

1) A keresetet elutasítja.

2) A Németországi Szövetségi Köztársaságot kötelezi a költségek viselésére.

3) A Spanyol Királyság, a Francia Köztársaság, a Finn Köztársaság és az Európai Közösségek Bizottsága maguk viselik saját költségeiket.

Aláírások