In zaak 152/78,

COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN, vertegenwoordigd door haar juridisch adviseur R.-Ch. Béraud, als gemachtigde, domicilie gekozen hebbende te Luxemburg bij haar juridisch adviseur M. Cervino, bâtiment Jean Monnet, Kirchberg,

verzoekster,

tegen

FRANSE REPUBLIEK, tijdens de schriftelijke behandeling vertegenwoordigd door G. Ladreit de Lacharrière, directeur en tijdens de mondelinge behandeling door N. Museux, adjunct-directeur van de directie juridische zaken van het ministerie van Buitenlandse Zaken, als gemachtigden, domicilie gekozen hebbende te Luxemburg, op de Franse ambassade,

verweerster,

betreffende het verzoek om de declaratoire uitspraak dat de Franse republiek, door de reclame voor alcoholhoudende dranken op discriminerende wijze te regelen, de verplichtingen welke krachtens artikel 30 van het EEG-Verdrag op haar rusten, niet is nagekomen, wijst het

HOF VAN JUSTITIE

samengesteld als volgt: H. Kutscher, president, A. O'Keeffe en A. Touffait, kamerpresidenten, J. Mertens de Wilmars, P. Pescatore, Mackenzie Stuart, G. Bosco, T. Koopmans en O. Due, rechters,

advocaat-generaal: G. Reischl
griffier: A. Van Houtte

het navolgende

ARREST

De feiten

De feiten, het procesverloop, alsmede de conclusiën, middelen en argumenten van partijen kunnen worden samengevat als volgt:

I — Uiteenzetting der feiten

In titel I, artikel L, 1, van de Franse Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme (decreet van 8 februari 1955, ordonnance nr. 59-107 van 7 januari 1959) zijn de dranken, ter reglementering van vervaardiging, verkoop en verbruik, in 5 groepen verdeeld.

De eerste groep omvat de niet-alcoholhoudende dranken: mineraalwater of spuitwater, niet-gegiste vruchte- of groentesappen casu quo vruchte- of groentesappen waarin, na een begin van gisting, geen sporen van alcohol boven een bepaald percentage voorkomen, limonades, siropen, aftreksels, melk, koffie, thee, chocolade, enzovoort.

De alcoholhoudende dranken zijn als volgt in vier groepen ondergebracht:

— groep 2 (ordonnance nr. 60-1253 van 29 november 1960): gegiste dranken, niet zijnde gedistilleerd, te weten: wijn, bier, appel-, peren- en honigdranken, waaraan zijn toegevoegd natuurlijke zoete wijnen in de zin van de belastingregeling voor de wijnen, crème de cassis en gegiste vruchte- of groentesappen met een alcoholgehalte van 1-3 %;

— groep 3: andere, niet onder de tweede groep vallende, natuurlijke zoete wijnen, likeurwijnen, aperitieven op wijnbasis en aardbeien-, frambozen-, aalbessen- en kersenlikeuren, waarin niet meer dan 18 % zuivere alcohol voorkomt;

— groep 4 (wet van 27 juni 1957): rum, taffia, alcoholica door distillatie uit wijnen, appel- en perendranken of vruchten verkregen en waaraan geen essence is toegevoegd, alsook door toevoeging van suiker, glucose of honig verrijkte likeuren, in dier voege dat in anijslikeuren per liter ten minste 400 gram, in de andere likeuren ten minste 200 gram van die stoffen moet voorkomen, terwijl zij anderzijds niet meer dan een halve gram essence per liter mogen bevatten;

— groep 5: alle verdere alcoholhoudende dranken.

In het tweede hoofdstuk van voornoemde wet is de reclame voor dranken geregeld. Afdeling 2 geeft voor alcoholhoudende dranken de navolgende bepalingen:

Arikel L 17, eerste alinea (ordonnance nr. 59-107 van 7 januari 1959):

Het is verboden in enigerlei vorm reclame te maken voor dranken waarvan de vervaardiging en verkoop verboden zijn, alsook voor de dranken in de vijfde groep bedoeld.

Artikel L 18 (ordonnance nr. 60-1253 van 29 november 1960):

Onverminderd het bepaalde in artikel L 17, tweede alinea, mag voor dranken van de derde groep (ordonnance nr. 59-107 van 7 januari 1959), welker vervaardiging en verkoop niet verboden zijn, vrijelijk reclame worden gemaakt, wanneer uitsluitend de naam en samenstelling van het produkt en de naam en het adres van fabrikant, vertegenwoordigers en depothouders worden genoemd.

Herverpakking is slechts geoorloofd wanneer uitsluitend de naam en samenstelling van het produkt en de naam en het adres van fabrikant, vertegenwoordigers en depothouders worden genoemd.

Alle reclame, in welke vorm ook, met andere aanduidingen dan in de eerste alinea van dit artikel voorzien, is verboden.

In deze regeling wordt, wat alcoholhoudende dranken betreft, aan het maken van reclame voor dranken van de tweede en vierde groep geen enkele specifieke beperking gesteld; daarentegen mag er voor dranken van de derde groep slechts binnen zekere grenzen reclame worden gemaakt en is het maken van reclame voor dranken van de vijfde groep verboden.

In haar aanbeveling nr. 70/125 van 22 december 1969 „inzake de wijziging van het nationale monopolie van commerciële aard betreffende alcohol" (PB L 31, van 1970, blz. 17) heeft de Commissie er de Franse regering op gewezen dat de in Frankrijk bestaande regeling inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken, in het nadeel was van bepaalde soorten brandewijn en sterke drank die vanouds als produkten van andere Lid-Staten waren beschouwd, en de regering uitgenodigd aan die discriminatie een einde te maken.

In een brief van 16 juni 1970 heeft de Franse regering, ter rechtvaardiging van de omstreden regeling, zich bij de Commissie enerzijds op redenen van volksgezondheid beroepen, anderzijds op het feit dat het tussen de verschillende groepen produkten gemaakte onderscheid niet op de oorsprong der produkten berustte.

In brieven van 18 september en 4 november 1975 heeft de Commissie de Franse regering verzocht zich over de verenigbaarheid van de gewraakte regeling met de artikelen 30 en volgende van het EEG-Verdrag uit te spreken. Harerzijds is de Commissie van mening dat de artikelen L 17 en L 18 van vermelde Code de Franse importen van alcoholhoudende dranken uit andere Lid-Staten, al dan niet rechtstreeks, daadwerkelijk of potentieel, kunnen belemmeren en derhalve, indien niet gerechtvaardigd in de zin van artikel 36 van het EEG-Verdrag, vallen onder het verbod van maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve beperkingen in de zin van artikel 30 van dat Verdrag.

In haar antwoord de dato 23 januari 1976 heeft de Franse permanente vertegenwoordiging bij de Gemeenschappen met verwijzing naar de argumenten vervat in de brief van 16 juni 1970, de onverenigbaarheid der omstreden regeling met artikel 30 betwist.

In een brief van 4 juni 1976 heeft de Commissie overeenkomstig artikel 169, eerste alinea, van het EEG-Verdrag, de Franse republiek verzocht om opmerkingen betreffende de haar verweten schending van het Verdrag. In die brief bleef de Commissie zich op het standpunt stellen dat de omstreden regeling, ook zonder in formele zin naar de oorsprong der produkten te onderscheiden, nochtans inhield dat sommige dranken, goeddeels dranken uit andere Lid-Staten, strenger werden behandeld, zonder dat zulk een verschil in behandeling in objectieve redenen een rechtvaardiging scheen te vinden.

Op 9 juli 1976 heeft de Franse regering bij brief van haar permanente vertegenwoordiging betwist dat de regeling inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken erop zou zijn gericht typisch Franse produkten te bevoordelen; de regeling zou zijn bedoeld om de volksgezondheid tegen alcoholmisbruik te beschermen en in het geheel niet naar de oorsprong der produkten onderscheiden, zodat iedere intentie ten nadele van de produkten van andere Lid-Staten te discrimineren, er vreemd aan zou zijn.

Op 25 januari 1978 heeft de Commissie, aan het adres van de Franse republiek, een met redenen omkleed advies uitgebracht als bedoeld in artikel 169, eerste alinea, van het EEG-Verdrag.

In een brief van haar permanente vertegenwoordiging de dato 29 maart 1978 heeft de Franse regering de Commissie medegedeeld grote aandacht aan haar advies te zullen wijden en ten spoedigste opnieuw contact met haar te zullen opnemen, teneinde haar mede te delen wat zij zich voorstelde te doen.

II — Schriftelijke behandeling

Toen de Commissie niets meer van de Franse regering vernam, heeft zij zich bij request de dato 6 juli 1978 overeenkomstig artikel 169, tweede alinea, van het EEG-Verdrag tot het Hof van Justitie gewend terzake dat de Franse regering, wat betreft de reclame voor alcoholhoudende dranken, de verplichtingen welke krachtens artikel 30 van het EEG-Verdrag op haar rusten, niet naleefde.

De schriftelijke behandeling heeft een normaal verloop gehad.

Op rapport van de rechter-rapporteur en de advocaat-generaal gehoord, heeft het Hof besloten zonder instructie tot de mondelinge behandeling over te gaan.

III — Conclusies van partijen

De *Commissie* concludeert dat het den Hove behage:

— te verstaan dat de Franse regering door een discriminerende regeling inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken in te voeren en aldus belemmeringen voor het vrije handelsverkeer binnen de Gemeenschap te handhaven, de krachtens artikel 30 van het EEG-Verdrag op haar rustende verplichtingen niet is nagekomen;

— de Franse republiek in de kosten van het geding te verwijzen.

De *regering van de Franse republiek* concludeert dat het den Hove behage:

— de vordering van de Commissie ongegrond te verklaren;

— verzoekster in de kosten van het geding te verwijzen.

IV — Middelen en argumenten, door partijen tijdens de schriftelijke behandeling voorgedragen

De *Commissie* betwist niet dat de Lid-Staten, bij gebreke van een communautaire regeling, ter verwezenlijking van een doelstelling, gelegen binnen het raam van de hun in het Verdrag gelaten bevoegdheden, over de mogelijkheid blijven beschikken handelsregelingen vast te stellen. Evenwel mogen zulke regelingen, zonder onderscheid van toepassing op produkten uit het land zelf en uit andere Lid-Staten ingevoerde produkten, de importen niet onmogelijk dan wel moeilijker of bezwarender maken dan de afzet der nationale produktie, wanneer dat ter verwezenlijking van het rechtmatig nagestreefde doel niet noodzakelijk is, terwijl hetzelfde doel ook niet door andere, de handel minder belemmerende middelen kan worden verwezenlijkt. Met name

blijven de Lid-Staten bevoegd de volksgezondheid te beschermen door maatregelen ter bestrijding van het alcoholisme, en een op de schadelijkheid der alcoholhoudende dranken afgestemde regeling inzake de reclame, zou behoren tot de middelen welke de Franse regering, ter verwezenlijking van rechtmatige doeleinden, ter beschikking staan. Volgens artikel 36 van het EEG-Verdrag mogen zulke maatregelen evenwel „geen middel tot willekeurige discriminatie noch een verkapte beperking van de handel tussen de Lid-Staten vormen".

Echter zou de hierbedoelde Franse regeling, ook al dient zij zich aan als een regeling die in formele zin zonder onderscheid op produkten uit het land zelf en op ingevoerde produkten van toepassing is, soortgelijke produkten verschillend behandelen, zonder dat zulk een differentiële behandeling in de te berde gebrachte overwegingen een rechtvaardiging vindt.

a) De indeling der dranken in verschillende groepen zou enerzijds zijn geschied naar rato van de hoeveelheid zuivere alcohol welke zij bevatten, anderzijds naar de gewoonten der consumenten. Tegen het eerste indelingscriterium bestaat geen bezwaar; dit geldt evenwel niet voor het tweede criterium, en in ieder geval zou de toepassing dezer criteria op de onderscheiden betrokken produkten tot willekeurige discriminaties leiden en tot een verkapte protectie als bedoeld in artikel 36, tweede volzin, wanneer in de handel tussen Lid-Staten dranken die even — of zelfs minder — schadelijk zijn te achten, strenger worden aangepakt.

b) Zo zouden likeuren met een alcoholpercentage van meer dan 18 %, die met suiker, glucose of honing worden gezoet, bij voorbeeld de Franse produkten Cointreau, Grand Marnier en la Grande Chartreuse, onder de vierde groep vallen, waarvoor geen specifieke beperking der reclame is voorzien, terwijl aardbeien-, frambozen-, aalbessen- en kersenlikeuren, waarin ten hoogste 18 % alcohol kan voorkomen, zijn ondergebracht in de derde groep, waarvoor slechts in beperkte mate reclame mag worden gemaakt. In beide likeursoorten zou ongeveer evenveel suiker voorkomen en zij zouden ook aan dezelfde drinkgewoonten tegemoetkomen; toch zouden likeuren met minder dan 18 % alcohol strenger worden behandeld dan likeuren met meer dan 18 %, zonder dat zulks gerechtvaardigd voorkomt.

In de Franse regeling zou worden onderscheiden tussen enerzijds natuurlijke zoete wijnen zoals de uit het land zelf afkomstige banyul- en muskaatwijnen, die zijn ondergebracht in de tweede groep, waarvoor, wat de reclame betreft, geen beperkingen zijn voorzien, en anderzijds aperitieven op basis van wijn, zoals Byrrh, Martini, Cinzano, Campari, Ambassadeur, die zijn ondergebracht in de derde groep waarvoor slechts in beperkte mate reclame mag worden gemaakt. Het alcoholgehalte van beide dranksoorten zou evenwel even hoog zijn, terwijl beide alcoholsoorten ook aan dezelfde drinkgewoonten tegemoetkomen.

In de Franse regeling worden likeurwijnen, zoals Porto, Malaga, Sherry en Madeira in de derde groep ondergebracht en uit het land zelf afkomstige bitters als Avèze en Suze in de vierde groep. In beide dranksoorten zou echter evenveel alcohol en suiker voorkomen en zij zouden ook aan dezelfde drinkgewoonten tegemoetkomen.

Uit knolgewassen gewonnen alcohol, zoals aquavit en jenever, en uit granen gewonnen alcohol, zoals whisky, gin en korn, zijn ondergebracht in de vijfde groep, waarvoor in het geheel geen reclame mag worden gemaakt, terwijl rum en alcohol, door distillatie van wijnen verkregen, zoals calvados, cognac en ar-

magnac, produkten uit het land zelf, zijn ondergebracht in de vierde groep, waarvoor, wat de reclame betreft, geen specifieke restricties gelden. Maar in beide dranksoorten zou ongeveer evenveel alcohol en suiker voorkomen en in de regel worden beide dranksoorten in Frankrijk aan het eind van de maaltijd genuttigd.

c) In dit verband moet er met name op worden gewezen dat er voor het feit dat vruchtenlikeuren in hoofdzaak door Franse maatschappijen worden geproduceerd een verklaring kan worden gevonden in de omstandigheid dat er voor deze produkten, gezien hun indeling, slechts in beperkte mate reclame mag worden gemaakt, hetgeen juist de reden zou zijn waarom er in Frankrijk geen soortgelijke produkten, van oorsprong of herkomst uit de andere Lid-Staten, aan de markt komen. Daarentegen zijn de produkten uit het eigen land, ofschoon er dezelfde reclamerestricties voor gelden, bij de consument zeer welbekend, omdat zij in den regel worden verhandeld door fabrikanten die bij het publiek bekend zijn door de reclame welke zij voor andere, in de tweede en vierde groep ondergebrachte, produkten kunnen maken, hetgeen met de producenten in de andere Lid-Staten maar zelden het geval is.

Voorts zij erop gewezen dat de Franse produktie van jenever, en meer nog die van whisky, niet op één noemer kan worden gebracht met die van de nationale produkten welke de gewraakte regeling naar bedoeling dan wel in feite begunstigt.

Dat anijshoudende aperitieven in de vijfde groep zijn ondergebracht houdt verband met de omstandigheid dat er een bestanddeel, anethol, in voorkomt dat de Franse regering bijzonder schadelijk acht; door in hoofdzaak ingevoerde produkten zoals whisky, waarin dat bestanddeel niet voorkomt, in dezelfde groep onder te brengen, zou er ten duidelijkste ten nadele van die produkten, vergeleken met nationale produkten waarin dat bestanddeel wel voorkomt, worden gediscrimineerd.

Voorts dient in aanmerking te worden genomen dat ook de indirecte reclame voor anijshoudende aperitieven discriminatie oplevert ten nadele van de in groep vijf ondergebrachte graanbrandewijnen.

d) Met name bij rum en uit wijn getrokken alcohol gaat het niet aan de indeling door de verschillende drinkgewoonten der consumenten te willen rechtvaardigen. Weliswaar is wetenschappelijk bewezen dat het schadelijker is alcohol op de nuchtere maag te nuttigen dan na de maaltijd. Evenwel wordt rum gewoonlijk, puur dan wel als cocktail, op de nuchtere maag genuttigd; cognac en armagnac worden veelal op de nuchtere maag gedronken en er wordt een reclamecampagne gevoerd om beide dranken als aperitief to doen nuttigen, op dezelfde wijze als whisky; in sommige Franse regio's worden uit vruchten of suikerriet getrokken brandewijnen veelal als aperitieven genuttigd; likeuren met meer dan 18 % alcohol worden veelal op de nuchtere maag gedronken; veel als aperitieven geconsumeerde dranken, zoals whisky, worden door de consumenten gewoonlijk met water aangelengd, hetgeen ze aanmerkelijk minder schadelijk maakt; single malt whisky, zoals Glenfiddich, wordt alleen na de maaltijd gedronken.

e) Tegen de wetenschappelijke argumenten van de Franse regering, volgens welke de betrokken produkten naar schadelijkheid zouden kunnen worden gerangschikt, zou kunnen worden ingebracht dat in bepaalde Lid-Staten het tijdstip waarop de alcohol wordt genuttigd — en de al dan niet aanwezigheid

van suiker — van minder belang zijn dan de hoeveelheid genuttigde alcohol.

De Commissie wil niet afdingen op het belang van het tweeledig onderscheid tussen alcoholhoudende dranken die voor dan wel tijdens of na de maaltijd worden gedronken en tussen al dan niet gezoete alcoholhoudende dranken — gezoete dranken op de nuchtere maag genuttigd, zijn het meest schadelijk —; wél voor betwisting vatbaar zijn de gevolgen welke de Franse regering aan een en ander meent te mogen verbinden voor de indeling der verschillende soorten alcoholhoudende drank in de vijf groepen der gewraakte regeling.

In die indeling worden aperitieven zomaar met op de nuchtere maag genuttigde dranken gelijkgesteld. Men kan zich bij voorbeeld moeilijk indenken dat een drank als whisky op de nuchtere maag wordt gedronken, zelfs voor de maaltijd pleegt whisky voor driekwart met water te worden aangelengd, terwijl men er het voedsel bij pleegt te nuttigen dat vanouds bij aperitieven wordt geserveerd; ook volgt er in den regel terstond een maaltijd op en wordt het opgenomen in hetzelfde spijsbrok als dranken die tijdens of na de maaltijden worden genuttigd. Wordt het voor drie kwart aangelengd, dan daalt het percentage alcohol dat in het bloed wordt opgenomen met de helft, tot ongeveer het voor de wijn geldende percentage.

Het heeft in werkelijkheid alleen bij op de nuchtere maag genuttigde en niet door een maaltijd gevolgde dranken zin tussen aperitieven en digestieven te onderscheiden; maar aan een dergelijke maatstaf voldoet geen enkele alcoholhoudende drank, juister gezegd: alle alcoholhoudende dranken lenen zich min of meer voor elk van beide wijzen van gebruik. Met zulk een criterium kan dus, als grondslag voor de gewraakte regeling, niet worden gewerkt.

In ieder geval wordt de objectiviteit onvoldoende gewaarborgd, wanneer men de criteria ter bepaling van de schadelijkheid der dranken met de drinkgewoonten der consumenten in verband brengt: die gewoonten zijn van gebied tot gebied verschillend en kunnen zich mettertijd, onder invloeden van elders, waartoe nu juist de reclame moet worden gerekend, wijzigen. Voor de indeling in de verschillende groepen mag slechts worden gewerkt met objectieve criteria, zoals het alcoholpercentage, het suikerpercentage en het percentage aan essences.

f) Dat Frankrijk in de wereld, wat het alcoholgebruik per inwoner betreft, bovenaan staat, is mogelijk vooral een gevolg van de opvallende ondoeltreffendheid van de regeling inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken: in 1975 is meer dan 90 % van hetgeen er in Frankrijk aan alcoholhoudende dranken werd gedronken, opgegaan aan dranken waarvoor vrijelijk reclame mag worden gemaakt, en die 90 % bestond voor het overgrote deel uit nationale produkten; slechts 8 % van de nationale produktie betrof dranken waarvoor geen reclame mag worden gemaakt, en tot die 8 % behoorden uit granen verkregen alcoholsoorten, zoals whisky, produkten die bijna uitsluitend worden ingevoerd.

Niet alleen reeds bij toetsing aan haar eigen schadelijkheidscriteria, blijkt de gewraakte regeling dus ondeugdelijk; zij leidt ook voor het handelsverkeer tot gevolgen welke in geen verhouding staan tot de mate waarin zij tot de verwezenlijking van het gestelde doel, de bestrijding

van het alcoholisme, kan bijdragen. Zij is derhalve te beschouwen als een in artikel 30 van het EEG-Verdrag verboden maatregel van gelijke werking als een kwantitatieve invoerbeperking.

g) Met haar onderscheidingen, die door de mate van schadelijkheid der betrokken dranken niet worden gerechtvaardigd, kan de Franse regeling bovendien aan de handel in bepaalde produkten, met die van andere produkten vergeleken, een voordeel bezorgen, met welke bevoordeling typisch Franse produkten gebaat zijn. Het gaat in zoverre alleen om de gevolgen der betrokken regeling; naar de bedoeling behoeft niet te worden gevraagd.

h) De zeer aanzienlijke toeneming van de Franse importen van bepaalde produkten uit andere Lid-Staten vermag in het oordeel van de Commissie geen wijziging te brengen.

Volgens 's Hofs jurisprudentie dienen de potentiële, en niet de reële, beperkende gevolgen voor het handelsverkeer in aanmerking te worden genomen, hetgeen zowel voor de toepassing van artikel 30 als voor die van artikel 12 zou gelden. Voorts zou het niet uitgesloten moeten worden geacht dat de importen zonder een regeling als de onderhavige nog omvangrijker zouden zijn geweest, ter vaststelling van welke equivalentie dient te worden uitgegaan van de — hypothetische — importen die zonder de gewraakte maatregel zouden hebben plaatsgehad.

i) Kortom: het uitgangspunt van de gewraakte regeling, hoe verleidelijk ook in abstracto, leidt er met haar verwijzing naar de veelal andere, maar uiteraard op eigen produkten gerichte, nationale drinkgewoonten, in feite toe dat het tussen produkten uit het land zelf en ingevoerde produkten komt tot een aantal objectief niet gerechtvaardigde differentiële behandelingen, die als evenzovele willekeurige discriminaties in de zin van artikel 36, tweede volzin, van het EEG-Verdrag, zijn te beschouwen.

De *regering van de Franse republiek* blijft er bij dat de door de Commissie gewraakte nationale regeling als een logisch samenhangend geheel is te beschouwen en dat bij de vaststelling dier regeling nimmer de bedoeling heeft voorgezeten buitenlandse produkties discriminerend te behandelen, terwijl men met de reclamevoorschriften het behoud van de volksgezondheid en de strijd tegen het alcoholmisbruik in Frankrijk op het oog heeft gehad. Het alcoholisme in Frankrijk is een plaag: er wordt meer alcohol gedronken dan in enig ander land ter wereld en dit leidt tot gevolgen welke de Franse wetgever aanleiding mochten geven tot maatregelen teneinde aan het alcoholverbruik paal en perk te stellen.

Onbetwist staat vast dat een Lid-Staat, ter bestrijding van het alcoholmisbruik, wettelijke maatregelen ter beperking van de reclame mag nemen; de mogelijkheid daartoe wordt opengelaten in de eerste volzin van artikel 36 van het EEG-Verdrag. Het gaat er in casu om of de Franse wetgeving, zoals de Commissie stelt, discriminerend is opgezet, zodat buitenlandse produkten bij produkten uit het land zelf ten achter worden gesteld, en of zij derhalve met artikel 36, tweede volzin, in strijd moet worden geacht. Dit is niet het geval: buitenlandse produkten worden niet harder aangepakt dan produkten uit het land zelf en de dranken zijn wel degelijk ingedeeld naar de mate

van gevaar, aan de erin voorkomende alcohol verbonden.

a) De indeling der dranken in vijf groepen leidt er niet toe dat buitenlandse produkten het harder te verduren krijgen.

De twee groepen alcoholhoudende dranken waarvoor maar in beperkte mate reclame mag worden gemaakt, te weten de derde en de vijfde groep, omvatten minstens zoveel Franse als buitenlandse produkten.

In de derde groep zijn weliswaar op basis van wijn vervaardigde aperitieven, zoals Byrrh, Ambassadeur, Cinzano, Martini, ondergebracht; men dient echter te bedenken dat al deze dranken in Frankrijk worden geproduceerd. Voorts worden de op de Franse markt verkochte vruchtenlikeuren in hoofdzaak door Franse maatschappijen vervaardigd.

Men dient, wat betreft de alcoholsoorten van de vijfde groep, waarvoor geen reclame mag worden gemaakt, niet te vergeten dat, voorzover het om jenever gaat, meer dan de helft der in Frankrijk gedronken, uit jeneverbessen verkregen alcohol, zoals gin, in Frankrijk wordt geproduceerd en dat er ook een, zij het bescheiden, nationale whiskyproduktie bestaat, terwijl men anderzijds vooral heeft te bedenken dat in de vijfde groep in werkelijkheid vooral de anijshoudende aperitieven zijn ondergebracht, die in Frankrijk onvergelijkelijk veel meer worden gedronken dan whisky of gin. En alle bedrijven waar anijshoudende aperitieven worden vervaardigd, zijn Franse vennootschappen.

Uit beide voorbeelden blijkt wel de oppervlakkigheid van de grieven der Commissie, die meent dat de Franse wettelijke regeling is opgezet om Franse alcohol tegen alcohol uit het buitenland te beschermen.

b) Het bestaan van een indeling der onderscheiden alcoholhoudende dranken is op zichzelf niet in het geding; het meningsverschil tussen de Commissie en de Franse republiek betreft de inhoud van het schadelijkheidscriterium, dat als enige aan de openbare volksgezondheid ontleende maatstaf de wijze waarop de verschillende dranken in de onderscheiden categorieën zijn ondergebracht, kan rechtvaardigen.

De Commissie wil bij haar beoordeling van de schadelijkheid der dranken alleen te rade gaan met het aan suiker en essences gerelateerde alcoholpercentage, terwijl die schadelijkheid volgens de Franse regering in de nationale context dient te worden beoordeeld en er voorts aanleiding bestaat tot een ruimere appreciatie dan waartoe door de Commissie werd overgegaan.

Het in een drank voorkomende percentage pure alcohol is, ter beoordeling van haar schadelijkheid, natuurlijk een belangrijk criterium. Maar in de context van een gegeven samenleving is het niet mogelijk, ter beoordeling van die schadelijkheid, enkel en alleen met het alcoholpercentage te rade te gaan; het hele pakket van de verbruiksgewoonten, die mede de gevolgen voor het organisme bepalen, dient in aanmerking te worden genomen.

Daargelaten regionale of door de maatschappelijke groep bepaalde consumptiegewoonten, kan de smaak op zichzelf reeds in belangrijke mate bepalend zijn voor de omvang van het gebruik van een bepaalde alcoholhoudende drank — en de wijzen van dat drankgebruik —. Die smaak resulteert echter uit niet-alcoholische vluchtige componenten, die te zamen zorgen voor het boeket („flaveur") van het gedistilleerd, dat wil zeggen voor de organoleptische, id est smaak, aroma en geur van de genuttigde drank bepalende kwaliteiten. De chemische samenstelling der produkten is verschillend en dat kwaliteitsverschil leidt bij de consumenten ook tot verschillende drinkge-

woonten; het is dan ook op zijn minst aanvechtbaar cognac en whisky gelijk te stellen omdat in beide dranken eenzelfde percentage alcohol zou voorkomen.

In deze „niet-alcoholische bestanddelen" zou de verklaring schuilen van de variabele oplosbaarheid der verschillende dranken in water, en van de verschillende consumptiepatronen.

Al deze factoren zouden ertoe leiden dat de verbruiker zich van drank tot drank anders gedraagt; aan deze factoren mag niet worden voorbij gezien.

De consumptiepatronen zouden allereerst bepalend zijn voor de tijd welke met het nuttigen der verschillende dranksoorten gemoeid is; de wetenschappers zijn het erover eens dat het uur en de omstandigheden waaronder men alcoholica tot zich neemt, bepalend zijn voor de uitwerking van de alcohol op het organisme. Zo zou wetenschappelijk vaststaan, dat op de nuchtere maag genuttigde alcohol bijzonder schadelijk is, vooral wanneer men te maken heeft met sterke, niet-aangelengde alcoholsoorten zoals whisky en uit granen verkregen alcohol op ijs. Dit zou de gestrengheid van de Franse wetgever rechtvaardigen ten aanzien van „aperitieven", dat wil zeggen op de nuchtere maag genuttigde dranken, in vergelijking met „digestieven", dranken die na de maaltijd worden genuttigd en waarbij het gehalte aan niet-alcoholhoudende bestanddelen het nuttigen van grote hoeveelheden physiek onmogelijk maakt.

Deze scheiding tussen aperitieven en digestieven ligt in de lijn van het Franse alcoholgebruik; er worden, in verhouding tot digestieve alcohol- en likeursoorten, steeds meer aperitieven genuttigd, waarbij men dient te onderscheiden tussen gezoete aperitieven, verkregen op basis van „vins cuits" [1] ofwel van nature zoete wijnen (suikerpercentage van 35-45 °) en aperitieven, verkregen uit alcohol, droog of met toevoeging van water gedronken (suikerpercentage: 0-5 °; hoog alcoholgehalte: 25-45 °). In deze ervaringsfeiten zou de rechtvaardiging zijn gelegen voor het feit dat in de Franse wettelijke regeling enerzijds de reclame voor aperitieven op basis van wijn (derde groep) wordt gereglementeerd en anderzijds de reclame voor aperitieven op basis van tot de vijfde groep behorende alcoholsoorten (gedistilleerde anijsdranken, whisky's en uit granen gewonnen gedistilleerd) wordt verboden.

1 — Door verdamping van een gedeelte van de most ingedikte wijnen (vert).

c) Zo bezien, zou de Franse wettelijke regeling wel degelijk een logisch samenhangend geheel vormen. De aan verschillende consumptiepatronen beantwoordende dranken van de derde en de vierde groep leiden, uit een oogpunt van openbare gezondheid bezien, tot verschillende gevolgen, zodat zij logischerwijze in verschillende groepen moesten worden ondergebracht.

d) In het betoog der Commissie met betrekking tot het bijzondere geval waarvan bij rum en cognac zou mogen worden gesproken, komen ernstige feitelijke onjuistheden voor. Statistisch staat vast dat rum goeddeels in culinaire vorm wordt geconsumeerd, terwijl deze drank puur, op de nuchtere maag, maar in bescheiden omvang wordt gedronken. Ook meer dan 90 % van de cognac en de armagnac zou niet op de nuchtere maag worden genuttigd, maar voor digestieve of culinaire doeleinden worden gebruikt; ondanks de door de Commissie bedoelde reclame, heeft het gebruik van cognac als aperitief nog steeds niets te betekenen. Daarentegen worden de uit knolgewassen en granen verkregen alcoholsoorten, waarin vaak een hoog percentage alcohol voorkomt, meestal op de nuchtere maag of aan het begin van de maaltijd geconsumeerd. Om die reden zijn deze alcoholsoorten — van Frans en buitenlands

fabrikaat — in dezelfde groep (groep vijf ondergebracht als de anijshoudende aperitieven.

e) De Franse wettelijke regeling inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken discrimineert dus niet willekeurig ten nadele van buitenlandse produkten. Het is trouwens opvallend dat die regeling, naar bestudering van de statistieken betreffende het alcoholverbruik in Frankrijk leert, in de loop van de laatste jaren op het handelsverkeer generlei restrictief effect heeft gehad. Met name zou uit die statistieken blijken van stilstand bij alcoholsoorten die, volgens de Commissie, door de Franse wetgeving zouden worden begunstigd, terwijl de produkten die in de vijfde groep zijn ondergebracht, juist volop expanderen. Wil men de vraag of de Franse wettelijke regeling het handelsverkeer kan schaden, objectief beoordelen, dan kan aan deze concrete gegevens niet worden voorbijgezien.

f) Men dient, wat de feiten betreft, vooral te bedenken dat, ofschoon er voor 90 % van de in Frankrijk geconsumeerde alcoholhoudende dranken vrijelijk reclame mag worden gemaakt, dit cijfer slechts staat voor de overgrote meerderheid der wijnen, waarvan Frankrijk één van 's werelds eerste produkteurenlanden is; anderzijds heeft men bij de 8 % produkten waarvoor geen reclame mag worden gemaakt, in zeer overwegende mate te maken met (anijshoudende) Franse produkten casu quo met in Frankrijk vervaardigde produkten. Aan deze statistieken kunnen dus niet de conclusies worden ontleend die de Commissie eraan wil verbinden.

Voorts zou aan de creatie van de vijfde groep, waarvoor geen reclame mag worden gemaakt, geenszins de bedoeling ten grondslag hebben gelegen de strijd aan te binden met produkten waarin anethol of een ander bestanddeel voorkomt.

Ten slotte zou uit tal van processen blijken hoezeer de Franse autoriteiten waken tegen „indirecte reclame".

V — Mondelinge behandeling

Ter terechtzitting van 9 oktober 1979 heeft de regering van de Franse republiek, vertegenwoordigd door de heer N. Museux, op grond van met de Commissie gevoerde besprekingen, om uitstel van de mondelinge behandeling verzocht; de Commissie, vertegenwoordigd door de heer R.-Ch. Béraud, heeft bevestigd dat het, sinds de indiening van het beroepschrift, op initiatief van de Franse autoriteiten tot besprekingen was gekomen en dat de Commissie tegen het verzoek om uitstel van de mondelinge behandeling geen bezwaar had. Het Hof heeft het verzoek toegewezen.

Op een nadere terechtzitting de dato 12 december 1979 heeft de regering van de Franse republiek, vertegenwoordigd door de heer N. Museux, het Hof doen weten dat er een nieuwe wet tot regeling van de reclame voor alcoholhoudende dranken was ontworpen en aan de Commissie voorgelegd, welk ontwerp wellicht in de loop van de eerstkomende zitting van het Franse Parlement zou worden aangenomen; de Franse regering verzocht het Hof derhalve nogmaals om uitstel. De Commissie, vertegenwoordigd door de heer R.-Ch. Béraud, heeft verklaard tegen dit verzoek om uitstel van de mondelinge behandeling geen bezwaar te hebben. Het Hof heeft het verzoek toegewezen.

De Commissie, vertegenwoordigd door de heer R.-Ch. Béraud, en de regering van de Franse republiek, vertegenwoor-

digd door de heer N. Museux, zijn ter terechtzitting van 10 juni 1980 gehoord.

De *Commissie* heeft bij die gelegenheid met name betoogd dat het Hof in het op 20 januari 1979 op prejudicieel verzoek van het Hessische Finanzgericht in de zaak 120/78, Rewe, gewezen arrest (Jurispr. 1979, blz. 649) heeft uitgesproken dat een nationale wettelijke regeling betreffende de verhandeling van een bepaald produkt, zich met het grondbeginsel van het vrije verkeer van goederen binnen de Gemeenschap slechts verdraagt, wanneer dringende behoeften, onder meer verband houdende met de bescherming van de volksgezondheid, haar noodzakelijk maken; daarvan is kennelijk geen sprake in het onderhavig geval, waarin er voor nationale produkten die niet minder schadelijk zijn dan concurrerende ingevoerde produkten, een meer liberale reclameregeling geldt. Voorts zou het Hof in het arrest, op 27 februari 1980 gewezen in de zaak 168/78, Commissie t. Franse republiek, de redenering volgens dewelke de nationale drinkgewoonten een discriminerende behandeling van buitenlandse produkten kunnen rechtvaardigen, hebben verworpen. Ook in het op 24 mei 1980 bij de Assemblée Nationale ingediende wetsontwerp zou, in strijd met de opvattingen der Commissie, het maken van reclame voor in Frankrijk geproduceerde natuurlijke zoete wijnen geheel vrij zijn gelaten, terwijl voor soortgelijke of concurrerende, uit andere Lid-Staten ingevoerde produkten, nog steeds iedere vorm van reclame verboden zou zijn; ook zou de Commissie bezorgd zijn over een in het wetsontwerp voorkomend voorschrift inzake de bepaling van de publiciteitsruimte in de dagbladen, waarover jaarlijks ten behoeve van alcoholhoudende dranken zou kunnen worden beschikt, immers in die bepaling zou het discriminerende verbod van reclame voor ingevoerde dranken als aquavit, whisky, gin en korn, zijn gehandhaafd.

De *regering van de Franse republiek* heeft betoogd dat met de door de wetgever van dat land gegeven regeling inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken, een legaal doel, de bescherming van de openbare gezondheid wordt nagestreefd, terwijl zij ook geen willekeurige discriminatie inhoudt. Zij zou op artikel 36 van het EEG-Verdrag gebaseerd zijn en de omstreden bepalingen zouden hun rechtvaardiging vinden in de meerdere of mindere schadelijkheid der produkten; in zoverre zou men niet alleen rekening dienen te houden met het percentage pure alcohol dat in een produkt voorkomt, doch ook met de consumptiegewoonten,

De *advocaat-generaal* heeft ter terechtzitting van 2 juli 1980 zijn conclusie genomen.

In rechte

1 In haar beroepschrift van 6 juli 1978 heeft de Commissie krachtens artikel 169 van het EEG-Verdrag het Hof verzocht te verklaren voor recht dat de Franse republiek de reclame voor alcoholhoudende dranken op discriminerende wijze heeft geregeld en aldus binnen de Gemeenschap belemmeringen voor het vrije handelsverkeer heeft gehandhaafd, waardoor zij de verplichtingen welke krachtens artikel 30 van het Verdrag op haar rusten, niet zou zijn nagekomen.

2 Het beroep is met name gericht tegen de artikelen L 17 en L 18 van de „Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme" (hierna te noemen: de code), waarin voorschriften worden gegeven inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken. De Commissie betoogt dat bedoelde regeling op zodanige wijze is ingericht, dat er voor bepaalde ingevoerde alcoholhoudende produkten niet of slechts in beperkte mate reclame mag worden gemaakt, terwijl het maken van reclame voor concurrerende produkten uit het eigen land geheel vrij zou zijn gelaten. Zulk een discriminatie zou besloten liggen in de wijze waarop de alcoholhoudende dranken in artikel L 1 van de code in groepen zijn ingedeeld en in een gedifferentieerde toepassing, op die groepen, van voormelde voorschriften inzake de reclame. De beperkingen, aldus aan de handel in bedoelde produkten uit andere Lid-Staten gesteld, zouden als maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve beperkingen moeten worden aangemerkt en als zodanig onder het verbod van artikel 30 van het EEG-Verdrag vallen.

3 In artikel L 1 van de code worden de dranken naar vervaardiging, verkoop en verbruik ingedeeld in vijf groepen, in dier voege dat niet-alcoholhoudende dranken in groep één en de overige dranken in de andere groepen zijn ingedeeld. Laatstbedoelde groepen worden in artikel L 1 als volgt omschreven:

„2. Gegiste dranken, niet zijnde gedistilleerd, te weten: wijn, bier, appel-, peren- en honigdranken, waaraan zijn toegevoegd natuurlijke zoete wijnen in de zin van de belastingregeling voor wijnen, alsmede crème de cassis en gegiste vruchte- of groentesappen met een alcoholgehalte van 1-3°;

3. Niet onder groep twee vallende natuurlijke zoete wijnen, likeurwijnen, aperitieven op wijnbasis en aardbeien-, frambozen-, aalbessen- en kersenlikeuren met niet meer dan 18° zuivere alcohol;

4. Rum, taffia, alcoholica door distillatie uit wijn-, appel- of perendranken dan wel vruchten verkregen, waaraan geen essence is toegevoegd, alsook door toevoeging van suiker, glucose of honig verrijkte likeuren, van welke stoffen per liter in anijslikeuren ten minste 400 gram, in de andere likeuren ten minste 200 gram moet voorkomen, terwijl zij niet meer dan een halve gram essence per liter mogen bevatten;

5. Alle andere alcoholhoudende dranken".

4 De reclame is in dier voege geregeld, dat er naar luid van artikel L 17 van de code voor dranken van de vijfde groep op geen enkele manier reclame mag worden gemaakt. Gezien artikel L 1, wil dat zeggen dat bij alle alcoholhoudende produkten die in de groepen 2, 3 en 4 niet met zoveel woorden genoemd zijn, reclame onmogelijk is.

5 Volgens artikel L 18 mag er voor de dranken van groep drie vrijelijk reclame worden gemaakt wanneer in die reclame slechts het produkt, zijn samenstelling en de namen en adressen van fabrikant, vertegenwoordigers en depothouders worden genoemd. Het aanbrengen van een nieuwe verpakking is slechts mogelijk als er geen andere gegevens dan de zojuist genoemde op worden aangebracht. Gezien artikel L 1 geldt deze beperkende regeling der reclame voor de niet in groep twee ondergebrachte natuurlijke zoete wijnen, likeurwijnen, aperitieven op wijnbasis en aardbeien-, frambozen-, aalbessen- en kersenlikeuren met niet meer dan 18° zuivere alcohol.

6 Bij gebreke van enigerlei beperking mag er vrijelijk reclame worden gemaakt voor de alcoholhoudende dranken van de groepen twee en vier, dat wil zeggen enerzijds voor wijn, bier, appel-, peren- en honigdranken en natuurlijke zoete wijnen in de zin van de belastingregeling voor wijnen, crème de cassis en gegiste vruchte- of groentesappen, anderzijds voor rum, taffia, alcohol door distillatie uit wijn, appel- of perendranken dan wel vruchten verkregen, alsook voor door toevoeging van suiker, glucose of honig verrijkte likeuren.

7 De Commissie is van mening dat de indeling van artikel L 1 junctis de artikelen L 17 en L 18 verschillende ingevoerde produkten, wat de reclamemogelijkheden betreft, in een ongunstiger positie brengt dan concurrerende produkten uit het land zelf.

8 Zij wijst er met name op dat in dit systeem natuurlijke zoete wijnen in de zin van de belastingregeling voor wijnen, waarvan de voordelen alleen ten goede komen aan zoete wijnen uit het land zelf, ook worden bevoordeeld doordat de reclame geheel vrij is gelaten, terwijl aan het maken van reclame voor ingevoerde natuurlijke zoete wijnen en likeurwijnen beperkingen gesteld zijn.

9 Voorts betoogt zij dat er voor rum en alcohol, door distillatie uit wijnen, appel- of perendranken dan wel vruchten verkregen, alsook voor likeuren die door toevoeging van suiker, glucose of honig verrijkt zijn, vrijelijk reclame mag worden gemaakt, terwijl voor tal van concurrerende produkten, en wel met name voor uit granen gewonnen alcoholsoorten zoals whisky en jenever, die vrijwel uitsluitend worden geïmporteerd, een reclameverbod geldt.

10 De Franse regering bedient zich te harer verdediging van tweeërlei argumentatie: enerzijds zou de ten aanzien van de reclame getroffen regeling als geheel de Franse produkten niet bevoordelen ten opzichte van ingevoerde produkten en derhalve niet met artikel 30 van het Verdrag in strijd zijn, anderzijds zou men met deze regeling de volksgezondheid willen beschermen en het alcoholmisbruik willen bestrijden, zodat artikel 36 van het Verdrag ervoor zou gelden.

De toepassing van artikel 30 van het Verdrag

11 Vooraf zij opgemerkt dat een beperking van de mogelijkheid voor bepaalde produkten reclame te maken, naar tussen partijen als onweersproken vaststaat, een maatregel van gelijke werking als een kwantitatieve beperking in de zin van artikel 30 van het Verdrag kan opleveren. Zulk een beperking moge niet rechtstreeks de invoer van voorwaarden afhankelijk stellen, omdat zij de mogelijkheden tot verhandeling der ingevoerde produkten raakt, kan zij het importvolume nadelig beïnvloeden. Het gaat er dus om of er van de verboden en restricties van de Franse wettelijke regeling inzake de reclame, een ongunstige invloed op de invoer van alcoholhoudende produkten uit andere Lid-Staten uitgaat.

12 De Franse regering betoogt dat de door de Commissie gewraakte verboden en restricties, de reclame betreffende, ook gelden voor belangrijke categorieën Franse dranken. Zo zou er voor anijshoudend gedistilleerd, waarvan het verbruik in Frankrijk bijzonder hoog is, al evenmin reclame mogen worden gemaakt als voor andere, in de vijfde groep ondergebracht dranksoorten. Met betrekking tot de beperkingen, gesteld aan de mogelijkheid reclame te maken voor de dranken van groep drie, heeft de Franse regering betoogd dat een groot aantal op wijnbasis vervaardigde aperitieven, ook al wijst het merk op buitenlandse herkomst, in feite Franse produkten zijn. Er zou dus niet van discriminatie mogen worden gesproken, waar de verschillende produkten volgens de objectieve maatstaf hunner eigenschappen in de onderscheiden groepen van de code zijn ondergebracht, terwijl de verboden en restricties, zo goed als voor ingevoerde produkten, ook voor een groot aantal Franse produkten gelden.

13 Deze redenering van de Franse regering kan niet worden aanvaard. Het stelsel van de code moge een aantal, deels veel geconsumeerde, nationale produkten onderwerpen aan de voorschriften waarbij het maken van reclame is verboden of ingeperkt, niettemin vertoont het tegelijkertijd ontegenzeggelijk

discriminerende trekken. Met name zij erop gewezen dat er voor natuurlijke zoete wijnen uit Frankrijk, dankzij hun fiscale gelijkstelling met wijnen in de zin van de belastingregeling, vrijelijk reclame mag worden gemaakt, terwijl voor ingevoerde natuurlijke zoete wijnen en likeurwijnen aan de mogelijkheid tot het maken van reclame beperkingen gesteld zijn. En mag er voor typische nationale soorten gedistilleerd, te weten rum en gedistilleerd van wijnen, appel- en vruchtendranken, vrijelijk reclame worden gemaakt, het maken van reclame voor gelijksoortige, goeddeels ingevoerde, produkten, te weten uit granen verkregen gedistilleerd, bij voorbeeld whisky of jenever, valt onder de verbodsbepaling. Ten aanzien van de soortgelijkheid en de mededingingsrelaties van genoemde produkten, zij slechts gewezen op het arrest, door het Hof tussen dezelfde partijen op 27 februari 1980 gewezen in de zaak 168/78, waarin het ging om de belastingsregeling voor brandewijnen.

14 Uit het hiervoor overwogene volgt dat, al moge een niet te verwaarlozen aantal nationale produkten vallen onder de verboden en beperkingen, in de artikelen L 17 en L 18 van de code aan de mogelijkheid tot het maken van reclame gesteld, de indelingen welke bij de toepassing dezer bepalingen de doorslag geven, uit andere Lid-Staten ingevoerde produkten bij produkten uit het eigen land ten achter stellen en derhalve zijn te beschouwen als een maatregel van gelijke werking als een kwantitatieve beperking in de zin van artikel 30 van het Verdrag.

De toepassing van artikel 36 van het Verdrag

15 In de tweede plaats wijst de Franse regering op de rol welke de verboden en beperkende voorschriften betreffende de reclame spelen in de strijd tegen het alcoholmisbruik en bij de verdediging van de openbare gezondheid. De Franse regering is van mening dat de omstreden regeling in zoverre valt onder artikel 36 van het EEG-Verdrag, volgens hetwelk de bepalingen betreffende het vrije verkeer van goederen geen beletsel vormen voor „verboden of beperkingen van invoer ..., welke gerechtvaardigd zijn uit hoofde van bescherming van ... de gezondheid en het leven van personen". De door de Commissie gewraakte regeling zou volgens de Franse regering gebaseerd zijn op het onderscheid tussen dranken die als aperitieven onderscheidenlijk digestieven plegen te worden genuttigd; met name eerstgenoemde, op de nuchtere maag genuttigde dranken zouden een gevaar voor de volksgezondheid opleveren. En de code zou zodanig zijn ingericht, dat de verboden en restricties, aan de mogelijkheid tot het maken van reclame gesteld, allereerst gelden voor de categorie der aperitieven, zoals aperitieven op basis van „verrijkte" wijn, pastis en whisky. Bij het gedistilleerd van de vierde groep, waarvoor vrijelijk reclame mag worden gemaakt, zou men te maken hebben met

alcoholsoorten die als digestieven plegen te worden genuttigd en als zodanig minder schadelijk zijn voor de gezondheid.

16 Het Hof meent allereerst een opmerking te moeten maken met betrekking tot het onderscheid tussen aperitieven en digestieven. In zijn voormeld arrest van 27 februari 1980 mocht het Hof erop wijzen dat er, ter beoordeling van de mededingingsrelaties tussen verschillende categorieën alcoholhoudende dranken, met dit onderscheid niet kan worden gewerkt. 's Hofs desbetreffende overwegingen betroffen een geding over het belastingregime der hierbedoelde dranken; zij gelden evenwel zonder meer ook, wanneer de handelsbelemmeringen bedoeld in de artikelen 30 en 36 van het Verdrag ter beoordeling staan.

17 Wel dient te worden erkend dat tussen de voorschriften inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken en de strijd tegen het alcoholmisbruik het door de Franse regering gestelde verband bestaat. Ontegenzeggelijk prikkelt de reclame het verbruik en, gezien de in artikel 36 van het Verdrag erkende behoefte aan bescherming van de openbare gezondheid, gaat het niet aan te zeggen dat de inhoud der regeling niet ter zake doet. Er zij echter op gewezen dat zulke verboden of beperkingen, naar met zoveel woorden in hetzelfde artikel is bepaald, „geen middel tot willekeurige discriminatie noch een verkapte beperking van de handel tussen de Lid-Staten [mogen] vormen".

18 Evenwel is niet voor betwisting vatbaar dat verschillende alcoholhoudende dranken, waarvoor volgens de Franse wettelijke regeling vrijelijk reclame mag worden gemaakt, bij overmatig verbruik even schadelijk voor de openbare gezondheid zijn als soortgelijke ingevoerde produkten, die als zodanig onder de verboden of beperkingen, aan het maken van reclame gesteld, zijn gebracht. Men moge zich in de gewraakte regeling mede hebben laten leiden door de wens de openbare gezondheid te beschermen, zij leidt er niettemin toe dat de inspanningen om een overmatig verbruik van alcohol tegen te gaan, vooral op de ingevoerde produkten zijn afgewenteld. De omstreden regeling blijkt dus, ofschoon in beginsel gerechtvaardigd door overwegingen, met de bescherming der volksgezondheid verband houdende, niettemin een willekeurige discriminatie in de handel tussen de Lid-Staten in te houden, voor zover zij reclame ten behoeve van bepaalde produkten uit het land zelf toelaat, terwijl er voor reclame ten behoeve van produkten met vergelijkbare kenmerken, maar afkomstig uit andere Lid-Staten, beperkingen — dan wel een algeheel verbod — gelden. Een wettelijke regeling waarbij aan het maken van reclame voor alcoholhoudende dranken beperkingen worden ge-

steld, voldoet slechts aan artikel 36 wanneer zij op de betrokken dranken, ongeacht hun oorsprong, gelijkelijk van toepassing is.

19 Ook dit argument van de Franse regering dient derhalve te worden verworpen.

20 Derhalve dient te worden vastgesteld dat de Franse regering in gebreke is gebleven: de voorschriften inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken die in de artikelen L 17 en L 18 van de Franse code des débits de boissons en in artikel L 1 van die code, in onderling verband beschouwd, besloten liggen, verdragen zich niet met artikel 30 van het EEG-Verdrag, omdat zij de invoer van alcoholhoudende produkten van oorsprong uit andere Lid-Staten indirect beperken, voor zover er voor de verhandeling dier produkten, rechtens of feitelijk, strengere voorschriften gelden dan voor produkten uit het land zelf dan wel voor concurrerende produkten.

De kosten

21 Volgens artikel 69, paragraaf 2, van het Reglement voor de procesvoering, wordt de in het ongelijk gestelde partij in de kosten verwezen. Verweerster is in het ongelijk gesteld, zodat zij in de kosten moet worden verwezen.

HET HOF VAN JUSTITIE,

rechtdoende:

1. **Verstaat dat de Franse republiek de reclame voor alcoholhoudende dranken op discriminerende wijze heeft geregeld, waardoor er binnen de Gemeenschap belemmeringen voor het vrije handelsverkeer zijn gehandhaafd, zodat zij de verplichtingen welke krachtens artikel 30 van het EEG-Verdrag op haar rusten, niet is nagekomen;**

2. Verwijst de Franse republiek in de kosten van het geding.

Kutscher O'Keeffe Touffait Mertens de Wilmars Pescatore

Mackenzie Stuart Bosco Koopmans Due

Uitgesproken ter openbare terechtzitting te Luxemburg op 10 juli 1980.

De griffier

A. Van Houtte

De president

H. Kutscher

CONCLUSIE VAN DE ADVOCAAT-GENERAAL G. REISCHL VAN 2 JULI 1980 [1]

Mijnheer de President,
mijne heren Rechters,

In het onderhavig geding, wegens beweerdelijk begane overtreding van verdragsbepalingen aanhangig gemaakt, gaat het om de vraag of de Franse regeling inzake de reclame voor alcoholhoudende dranken, verenigbaar is met artikel 30 van het Verdrag, waarin maatregelen van gelijke werking als kwantitatieve invoerbeperkingen worden verboden.

De wet inzake de verkoop van dranken en maatregelen tot bestrijding van het alcoholisme (decreet van 8 februari 1955, ordonnance nr. 59-107 van 7 januari 1959), onderscheidt in titel I, artikel L 1, naar vervaardiging, verkoop en verbruik, vijf dranksoorten.

Daar zijn in de eerste plaats de niet-alcoholhoudende dranken. In een tweede, bij ordonnance nr. 60-1253 van 29 november 1960 in de regeling opgenomen groep zijn gegiste dranken, niet zijnde gedistilleerd, zoals wijn, bier, appel-, pere- en honigdranken opgenomen. Tot dezelfde groep behoren ook natuurlijke zoete wijnen in de zin van de belastingregeling voor wijn, alsmede crèmes de cassis en gegiste vruchte- of groentesappen met een alcoholgehalte van 1-3°. Tot de derde groep behoren de overige, niet onder de tweede groep vallende natuurlijke zoete wijnen, likeuren, aperitiefs op wijnbasis en aardbeien-, frambozen-, aalbessen- en kersenlikeuren met een alcoholgehalte van niet meer dan 18°. In de bij wet nr. 57-725 van 27 juni 1957 in de regeling opgenomen vierde groep zijn de volgende dranksoorten ondergebracht: rum, taffia, alcoholica door distillatie uit wijn, appel- of peremost

1 — Vertaald uit het Duits.